

RRA KOROŠKA d.o.o.  
regionalna razvojna  
agencija za Koroško  
Meža 10  
2370 Dravograd

# PRIROČNIK TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA



Koroška

# KAZALO

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| TRŽNA ZNAMKA KOROŠKA                           | 3  |
| O PRIROČNIKU TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA              | 4  |
| KAKO UPORABLJATI PRIROČNIK                     | 5  |
| IDENTITETA TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA                | 6  |
| ZGODBA KOROŠKE                                 | 8  |
| BISTVENI ELEMENTI ZNAMKE KOROŠKA               | 10 |
| UPORABA LOGOTIPA TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA          | 12 |
| UPORABA PODZNAMK TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA          | 19 |
| UPORABA BARV TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA              | 21 |
| UPORABA TIPOGRAFIJ                             | 24 |
| UPORABA NASLOVOV, SLOGANOV IN OGLASNIH BESEDIL | 28 |
| PRIPOROČENI MOTIVI KOROŠKE                     | 33 |
| DRUGI PRIPOROČENI ELEMENTI ZNAMKE              | 38 |
| TRŽNA ZNAMKA KOROŠKA JE ZNAMKA VSEH KOROŠCEV   | 40 |

# TRŽNA ZNAMKA KOROŠKA

Znaki, motivi in sporočila nas spremljajo takorekoč na vsakem koraku, pogledu ali kliku. Tržne znamke, ki nimajo jasno določene pozicije, zgodbe, znakov in drugih elementov identitete, se lahko hitro izgubijo v poplavi sporočil.

V okviru projekta Regionalna destinacijska organizacija Koroška, ki ga vodi RRA Koroška d.o.o., regionalna razvojna agencija za Koroško, smo razvili enotno blagovno znamko Koroška,

ki bo turistični destinaciji Koroška, njenim dolinam, občinam, krajem in turističnim proizvodom pomagal k večji prepoznavnosti v Sloveniji in tujini.

Z razvojem sodobne celostne grafične podobe in priročnika tržnih znamk smo ustvarili enotno zgodbo, ki temelji na povezanosti dolin, Koroških lepotah in posebnostih, integralnih turističnih proizvodih ter ljudeh.



# O PRIROČNIKU TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA

Zavedamo se, da enotna skupina ljudi zmore več, kot skupina posameznikov. S to mislijo smo snovali novo usmeritev tržne znamke Koroška. S pomočjo velike projektne ekipe strokovnjakov in turističnih delavcev iz vseh Koroških dolin in turističnih panog smo zasnovali zgodbo, ki je postala komunikacijska usmeritev sodobne tržne znamke Koroška.

Celostna grafična podoba in priročnik tržnih znamk sta orodja s katerima lahko vsi Koroški turistični delavci in drugi enotno predstavljamo svoje turistične proizvode in lepote Koroške doma in po svetu.

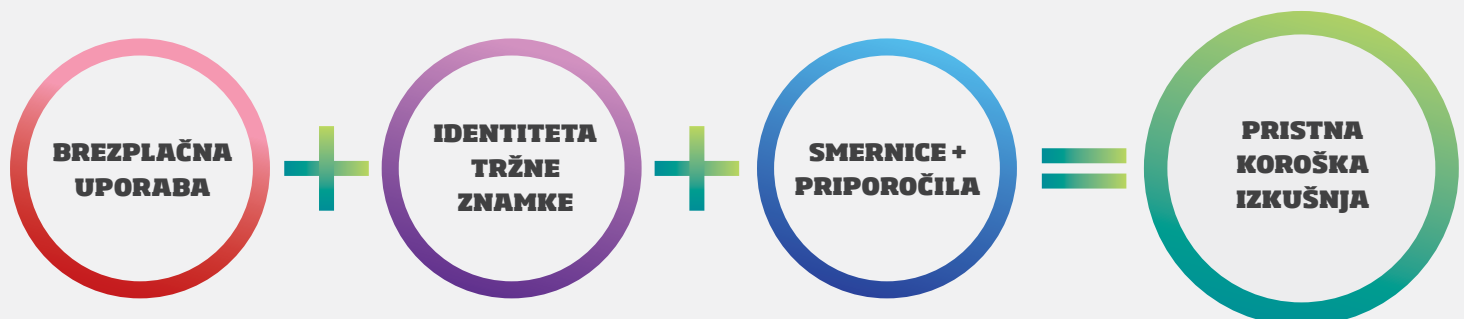
Priročnik tržnih znamk predstavlja identiteto znamke Koroška in priporočila, kako uporabljati njene motive, sporočila in druge elemente.

# KAKO UPORABLJATI PRIROČNIK

Priročnik tržne znamke je brezplačno na voljo in v uporabo vsem, ki s svojimi izdelki ali storitvami predstavljajo Koroško. Za uporabo znakov, simbolov in sporočil ni potrebno nobeno soglasje, temveč so ti materiali prosto na voljo za uporabo. Tudi ljudem in organizacijam, ki niso s Koroške, vendar Koroško predstavljajo izven naše pokrajine.

Za lažjo uporabo elementov tržne znamke in navdih pri oblikovanju lastnih turističnih proizvodov predstavlja

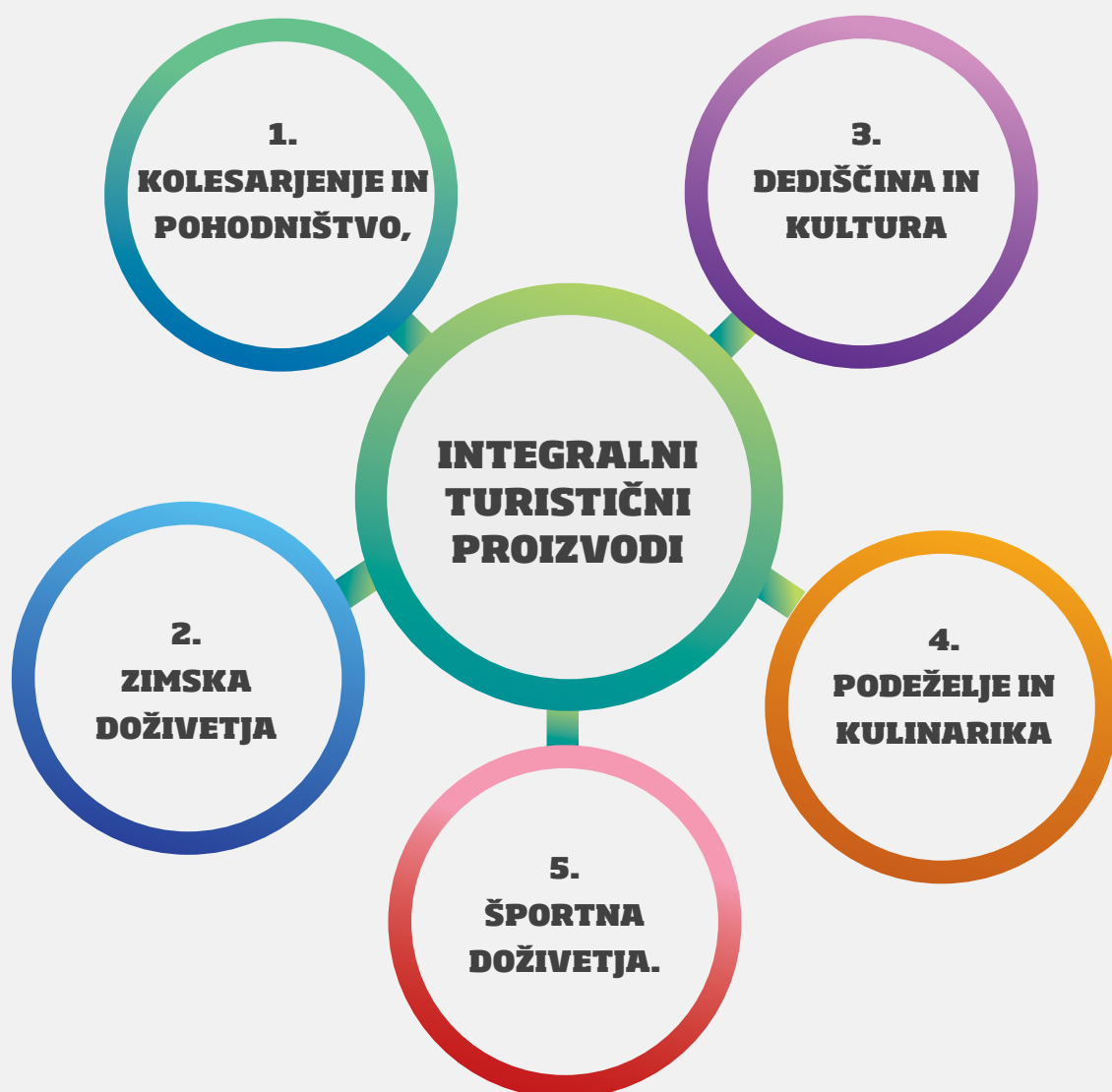
priročnik osnovne smernice tržne znamke Koroška. Smernice in priporočila so zasnovana zato, da uporabnikom tržne znamke omogočajo povezanost z identiteto znamke Koroška. Vključujejo različne oblike pojavnosti z enim samim ciljem - zagotoviti pristno Koroško izkušnjo! Z izbiro znakov, motivov, fotografij in sloganov za vse vrste oglasov, letakov ali brošur, primerne glasbe za promocijski CD, dogodek ali radijski oglas, materialov za scenografijo sejemske predstavitve itd.



# IDENTITETA TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA

Identiteta znamke Koroška je splet elementov, lastnosti in vrednot, zaradi katerih je Koroška kot turistična destinacija edinstvena. Elementi identitete obsegajo vse turistične vidike Koroške, njeno naravno in kulturno dediščino ter turistično ponudbo zajeto v 5 integralnih turističnih proizvodih:

Identiteta tržne znamke Koroška predstavlja prednosti, karakter, vrednote, vodilno idejo in obljubo tržne znamke, s katerimi ciljnim skupinam zagotovimo pristno in resnično Koroško izkušnjo.



# STRATEGIJA POZICIONIRANJA TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA

## TRENTNA PERCEPCIJA TRŽNE ZNAMKE

Slabo poznana v Sloveniji in v svetu  
»Nepopisan list«  
Obiskovalci ne pričakujejo veliko  
Asociacija s propadlimi industrijami

## OVIRE TRŽNE ZNAMKE

- Slabe prometne povezave
- Turistična infrastruktura še v razvoju
- Ostra konkurenca na trgu turističnih ponudb

## PREDNOSTI TRŽNE ZNAMKE

- Izjemna geografska pestrost
- Njene gore, hribi, doline, vode in jame presenečajo goste
- Bogata zgodovinska, kulturna, gospodarska in športna tradicija.

## KARAKTER TRŽNE ZNAMKE

- Srčnost Korošcev
- Prijaznost, vztrajnost, sproščenost, ponos, živahnost in igrivost.
- Izrazito in prepoznavno Koroško narečje

## VREDNOTE TRŽNE ZNAMKE

- Neokrnjena narava
- Ekološka naravnost v zdrav, zeleni turizmu
- Organski in trajnostni razvoj
- Prijaznost in srčnost ljudi

## POTENCIAL TRŽNE ZNAMKE

Koroška je ena izmed najbolj z gozdom poraščenih pokrajin v Sloveniji in Srednji Evropi. Obiskovalci so vedno znova presenečeni nad njenimi lepotami.

## VODILNA IDEJA

Koroška je tako neodkrita dežela, da lahko njeni zakladi obiskovalca presenetijo na vsakem koraku.

## KLJUČNA OBLJUBA TRŽNE ZNAMKE

Koroška preseneča s svojimi še ne odkritimi zakladi.

## POZICIJSKI SLOGAN TRŽNE ZNAMKE

Koroška. Zakladnica presenečenj.  
*Koroška. Takes you by surprise.*

# ZGODBA KOROŠKE

**Koroška je troedina. Je zveza treh dolin povezanih z gozdovi, rekami, hribi in gorami.**

Že od časa Rimljanov je Koroška stičišče poti. Edinstvena narava, obsežni in gosto poraščeni gozdovi, zeleni pašniki, gore, hribi in doline so Korošcem v ponos in navdih. Korošce zaznamuje izjemna dobrosrčnost, ponos na svojo pokrajino in ljubezen do Koroške. Iz Koroške prihajajo številni nacionalno in mednarodno priznani glasbeniki, pisatelji, pesniki, slikarji, kiparji in drugi, ki ljubezen do Koroške izražajo tudi v svojih delih, ter uspešni športniki, ki s svojimi vrhunskimi rezultati Koroško promovirajo izven naših meja.

**Regija je zibelka Slovenstva.**

Že stoletja Koroška igra pomembno vlogo pri razvoju slovenske kulture, krajine in gospodarstva. Edinstvenost narave so koroške roke oplemenitile s svojevrstno kulturno dediščino generacij pavrov, knapov, oglarjev, flosarjev, gozdarjev, holcarjev, tesarjev in kovačev.

**Koroška preseneča - zaradi neodkritost in nepoznavanja**

**v Sloveniji in tujini, njene lepote vedno znova pozitivno presenečajo obiskovalce.**

Čeprav ima Koroška slabšo razvito turistično infrastrukturo, le-to odlično nadomešča s pristnostjo, srčnostjo in prijaznostjo turističnih delavcev in prebivalcev Koroške na splošno.

**Prihodnost Koroške je v tesnem in odgovornem odnosu do narave.**

Sodobna Koroška postaja regija trajnostnega razvoja, napredka, inovativnosti in turizma, ki iz narave ne le črpa, temveč jo ohranja in se razvija v skladu z naravo. Turistični delavci in prebivalci Koroške cenijo zdrav, zeleni turizem, ki temelji na butičnih proizvodih, nišnih ponudbah in pristnih doživetjih, ne pa masovnemu turizmu. Z jasno in prepoznavno usmeritvijo se Koroška iz pokrajine s težkimi industrijami spreminja v sodobno, živahno in pestro turistično destinacijo, ki turiste preseneča na vsakem koraku. Ponuja zakladnico doživetij narave in kulture, ki jih je vredno deliti z drugimi.

## POZICIJSKI SLOGAN TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA:

Koroška.  
Zakladnica  
presenečenj.

*Koroška.  
Takes you  
by surprise.*

Pozicijski slogan tržne znamke pozicionira in diferencira znamko od drugih. Bistvo slogana je v presenečenjih: Koroška zaradi svojih lepot, nepoznanosti in neodkritosti vedno znova preseneča obiskovalce. To je obljuba, ki jo lahko tržna znamka, navkljub slabše razviti

turistični infrastrukturi, vedno izpolni. Angleška različica slogana ni dobesedni prevod, temveč eleganten in zvoneč poziv potencialnim obiskovalcem. Tako kot slogan v slovenskem jeziku, tudi angleški namiguje k odkrivanju Koroških presenečenj, ki obiskovalce prevzamejo.

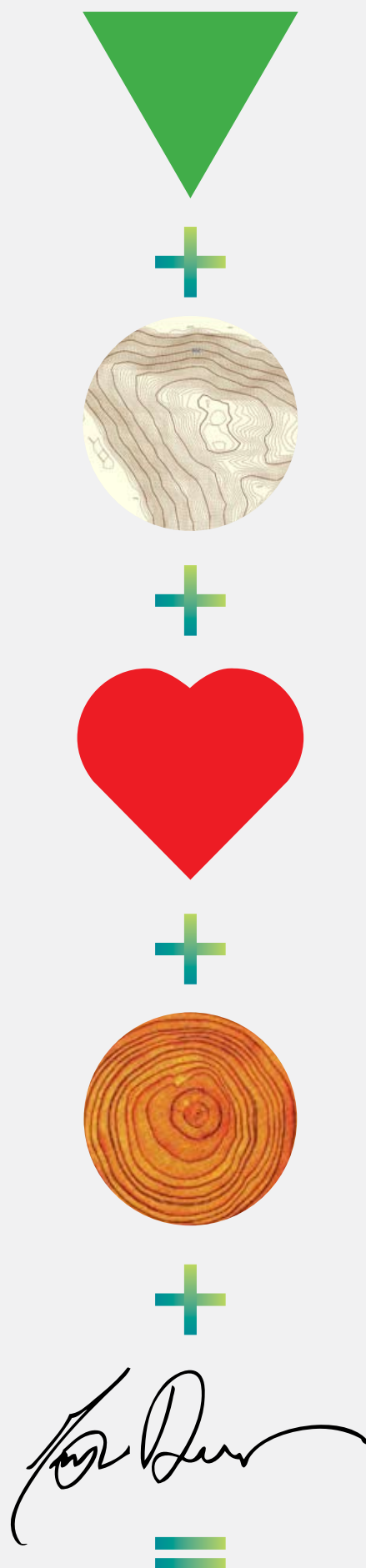
# BISTVENI ELEMENTI ZNAMKE KOROŠKA

Tržna znamka Koroška je sestavljena iz elementov, ki predstavljajo identiteto tržne znamke v sporočilni, grafični, zvokovni ali drugi izkustveni obliki.

Znak tržne znamke je sestavljen iz šestih izohips, ki prikazujejo hribovitost terena in povezujejo 3 doline v eno celoto - Koroško. Simbolični trikotnik je stiliziran v obliki srca, ki nakazuje prijaznost in srčnost Koroških ljudi. Zelena barva z gradientom iz modre v zeleno nakazuje organsko povezanost vodnih in gozdnih

naravnih virov. Oblika logotipa ni običajno srčasta, saj z organsko obliko simbolizira tudi letnice v prerezu drevesa in s tem izjemno tradicijo, ki je del identitete tržne znamke Koroška.

Tipografski del tržne znamke Koroška (izpis besede Koroška), ki dopolnjuje znak, je preposta tipografija izpisana ročno, s čemer logotip pridobi komponento osebnosti in edinstvenosti tržne znamke Koroška.



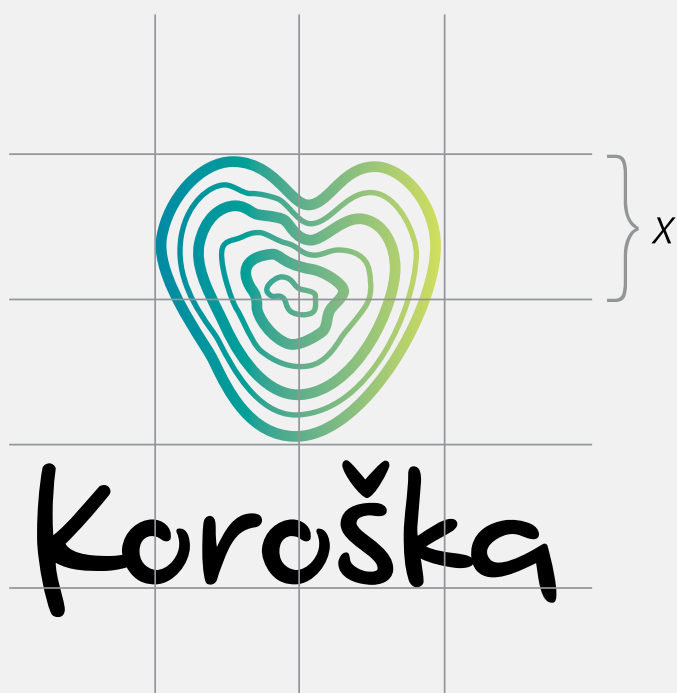
**ZNAK TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA**

# UPORABA LOGOTIPA TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA

Pravilna uporaba logotipa je ključna za dobro prepoznavnost tržne znamke. Za pomoč pri uporabi so na voljo navodila, priporočila in primeri uporabe logotipa tržne znamke Koroška, ki so podrobneje opredeljeni v priročniku celostne grafične podobe tržne znamke Koroška.

Logotip je sestavljen iz srca, ki tvori kvadrat in tipografski del, katerega višina tvori polovico srca, postavljen na spodnjo linijo.

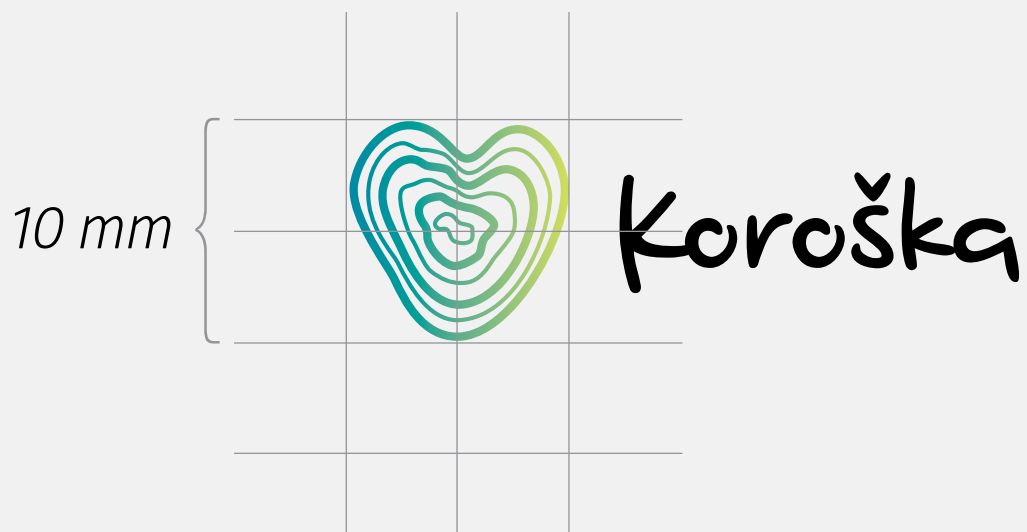




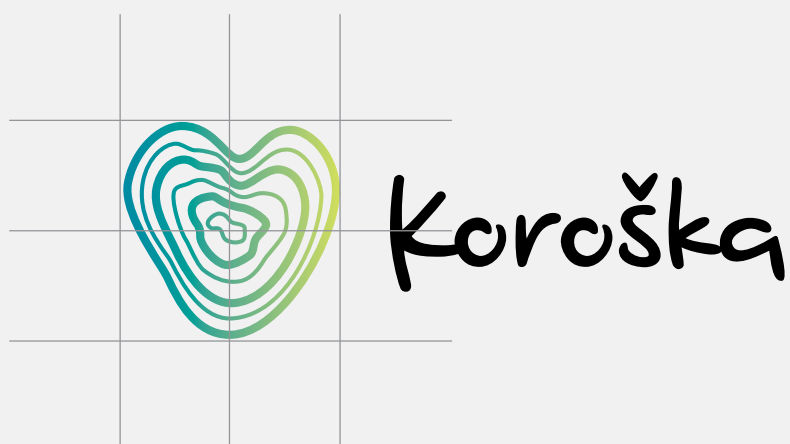
**UPORABA  
LOGOTIPA  
S POZICIJSKIM  
SLOGANOM**



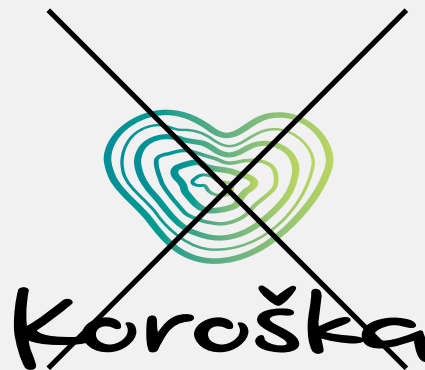
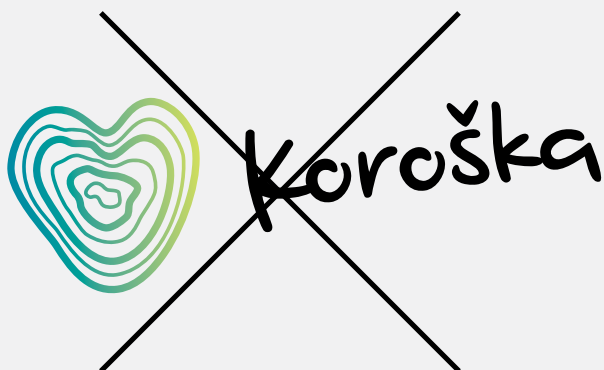
**NAJMANJŠA  
DOVOLJENA  
VELIKOST**







**NEPRAVILNA  
UPORABA**



# UPORABA BARV TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA

## **BARVNA SHEMA**

Barvna shema s primarnimi in sekundarnimi barvami je izbrana tako, da barve ne simbolizirajo vizualne agresivnosti, temveč sodobnost,

organskost, toplino in prijaznost. Gradienti oz. prehajanje med barvnimi odtenki ponazarja raznolikost in pestrost tržne znamke in njenih podznamk.

## PRIMARNE BARVE

Primarni barvi tržne znamke Koroška sta temno in svetlo zelena barva, ki prehajata v gradientu. Natančni specifikaciji barv sta določeni v barvni shemi.



|                                                                                     |                                                                                     |                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
|  |                                                                                     |                                                                                       |
| <b>C</b> 100                                                                        | <b>C</b> 20                                                                         | <b>C</b> 0                                                                            |
| <b>M</b> 0                                                                          | <b>M</b> 0                                                                          | <b>M</b> 0                                                                            |
| <b>Y</b> 20                                                                         | <b>Y</b> 80                                                                         | <b>Y</b> 0                                                                            |
| <b>K</b> 25                                                                         | <b>K</b> 0                                                                          | <b>K</b> 100                                                                          |

# UPORABA TIPOGRAFIJ

## **PRIMARNA TIPOGRAFIJA 1 & 2**

Primarni tipografiji se uporabljata za naslove v oglasih, katalogih, letakih, spletnih komunikacijskih orodjih.

## **SEKUNDARNA TIPOGRAFIJA**

Sekundarna tipografija se uporablja

povsod, kjer je uporaba primarnih tipografij nemogoča, npr. v dokumentih programa Word, Excel in drugih tekstovnih urejevalnikih, za vsa besedila na spletnih straneh tržne znamke Koroška, za daljša besedila v katalogih, letakih ali drugih vsebinah itd.

# Soho

Light Regular *Italic*

**Bold** ***Bold Italic***

**ExtraBold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZŠ  
TUVŽŽ(.,:;!/?&@)0123456  
789abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
tuvžž

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ŠTUVŽŽ(.,:;!/?&@)01234  
56789abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
prsštuvžž

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
RSŠTUVŽŽ(.,:;!/?&@)0  
123456789abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
jklmnoprsštuvžž**

# Hand of Sean Regular

---

ABCČĐEFGHIJKLM  
NOPRSSTUVZZ(.,:;!P  
\$@)0123456789abcčd  
efghijklmnoprsštuvžž

# Arial

Regular*Italic*

**Bold*****BoldItalic***

---

ABCDEFGHIJKLMNPR  
SŠTUVZ(.,:;! ?&@)01234  
56789abcdefghijklmnopr  
sštuvz

ABCDEFGHIJKLMNOP  
RSŠTUVZ(.,:;! ?&@)012  
3456789abcdefghijklmn  
oprsštuvz

# UPORABA NASLOVOV, SLOGANOV IN OGLASNIH BESEDIL

POZICIJSKI SLOGAN  
TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA:

Koroška.  
Zakladnica  
presenečenj.

*Koroška.  
Takes you  
by surprise.*



**Koroška**

ZAKLADNICA  
PRESENEČENJ



**Koroška**

TAKES YOU  
BY SURPRISE

# Priporočeni slogani posameznih integralnih turističnih proizvodov

Slogan za integralen  
turistični proizvod  
kolesarjenje in pohodništvo:

**Koroška.**  
**Skriti zaklad  
narave.**

**Koroška.**  
***Nature's little  
secret.***

Slogan za integralen turistični  
proizvod podeželje in kulinarika:

**Koroška.**  
**Polna dobrot.**

**Koroška.**  
***Full of delights./Rich  
in flavor.***

Slogan za integralen turistični  
proizvod zimska doživetja:

**Koroška.**  
**Čarobna v belem.**

**Koroška.**  
***So magical in white.***

Slogan za integralen turistični  
proizvod dediščina in kultura:

**Koroška.**  
**Zakladnica  
kulture.**

**Koroška.**  
***Inspired  
by culture.***

Slogan za integralen turistični  
proizvod športna doživetja:

**Koroška.**  
**Skrivnost  
prvakov.**

**Koroška.**  
***Home of  
champions.***

# PRIPOROČENI MOTIVI KOROŠKE

Izbira motivov, fotografij ali ilustracij v komunikacijske namene je izjemno pomembna pri zagotavljanju prepričljive izkušnje.

Priporočamo uporabo sodobnih fotografij pred ilustracijami, saj fotografije bolj pristno, verodostojno in dokumentaristično prikažejo lepote Koroške. Ilustracije se lahko uporabljajo v vseh podpornih materialih.

Svetujemo uporabo profesionalnih fotografij, ki v motivu predstavljajo

aktivnost ljudi, dinamiko preživljanja prostega časa, lepoto narave, kulture, kulinarike, podeželja ali druge prepoznavne koroške motive.

Pri uporabi fotografij, ki v motivu vključujejo ljudi, priporočamo motive, kjer ljudje ne pozirajo za gledalca, temveč takšne, kjer so ljudje osredotočeni na svojo aktivnost. S tem bodo fotografije bolj pristne in verodostojne, gledalec pa bo le opazovalec, ki se lahko prepozna v vlogi akterjev na motivu.



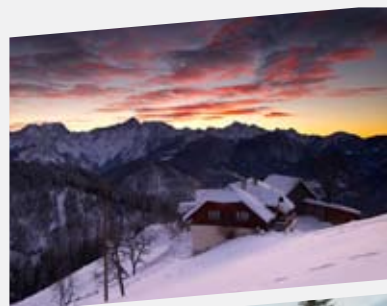
Slike so simbolične.  
Vir: Tomo Jeseničnik & Getty Images



Slike so simbolne.  
Vir: Tomo Jeseničnik & Getty Images

Pri uporabi fotografij Koroške krajine ali panorame svetujemo, da, kadar je mogoče, vključimo majhen človeški element. Čudovita pokrajina s prostranimi travniki in majno hiško v daljavi; gosto poraščen gozd, ki ga obliva jutranja svetloba in v daljavi med drevesi dva kolesarja malicata; večerna

rečna panorama s sončnim zahodom in splavarji, ki splav peljejo v domači pristan; vrsta sani postavljenih ob robu smučišča; to je le nekaj primerov motivov, kjer majhen človeški element dopolni fotografijo krajine in gledalcu da slutiti, kakšno izkušnjo mu tržna znamka ponuja.



Slike so simbolne.  
Vir: Tomo Jeseničnik & Getty Images



**Koroška**  
ZAKLADNICA  
PRESENEČENJ

**KOROŠKA.  
SKRITI ZAKLAD  
NARAVE.**

*Lorem ipsum dolor  
sit amet, consectetur  
adipiscing elit.*

[www.koroska.si](http://www.koroska.si)



**KOROŠKA.  
SKRITI ZAKLAD  
NARAVE.**

*Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipisicing elit.  
Subsequeretur sic amet.*

[www.koroska.si](http://www.koroska.si)

  
**Koroška**  
ZAKLADNICA  
PRESENEČENJ



**KOROŠKA.  
SKRITI ZAKLAD  
NARAVE.**

*Lorem ipsum dolor  
sit amet, consectetur  
adipisicing elit.*

[www.koroska.si](http://www.koroska.si)

  
**Koroška**  
ZAKLADNICA  
PRESENEČENJ



# DRUGI PRIPOROČENI ELEMENTI ZNAMKE

## **KOROŠKA GLASBA IN DRUGI ZVOKI**

Kjer in kadar je mogoče priporočamo uporabo organskih, koroških zvokov in glasbe. Npr. na sejemskih predstavitev, novinarskih konferencah, turističnih dogodkih za obiskovalce, promocijskih akcijah, televizijskih, radijskih ali spletnih video oglasih itd.

## **PRIPOROČENI ZVOČNI ELEMENTI TRŽNE ZNAMKE KOROŠKA:**

- **Organski zvoki iz narave**, gozda, mirno šumenje reke ali šelestenje listov, oglašanje živali itd. (npr. v zvočni opremi promocijskega videa).

- **Pozitivna, sodobna in organska glasba** z uporabo vokalov in inštrumentov, ki dopolnjujejo naraven in sproščen karakter tržne znamke Koroška (npr. glasbena oprema radijskega oglasa).

- **Koroška ljudska in sodobna glasba**, zbori, kantavtorji, skladatelji, inštrumentalisti ali DJ-ji vseh glasbenih zvrsti so ambasadorji Koroške in del tržne znamke Koroška, ki jih je smiselno vključiti, kadar je mogoče (npr. sejemske predstavitve, turistični dogodki doma in v tujini itd.)

## **KOROŠKI OKUSI**

Priporočamo uporabo tradicionalnih koroških jedi na dogodkih povezanih s promocijo tržne znamke Koroška in povezavo z lokalnimi ponudniki pristnih Koroških specialitet (kuharske mojstre, turistične kmetije, kmetije z ekološko pridelavo hrane in druga društva, podjetja in organizacije, ki ustvarjajo ter ohranjajo koroško kulinarično tradicijo).

## **KOROŠKA NA DOTIK**

Občasno so potencialni obiskovalci s tržno znamko v stiku tudi dobesedno - na dotik. Različne vrste promocij, dogodkov ali predstavitev zahteva uporabo materialov s katerimi potencialni obiskovalci tržno znamko ocenijo tudi z otipom materialov. Naj si gre za turistično brošuro, ki jo bodo listali turisti ali scensko postavitve na sejmu; v

obeh primerih mora biti izbira materialov v skladu z identiteto tržne znamke, da deluje verodostojno.

Za vse tiskane materiale (letake, brošure, publikacije itd.) priporočamo uporabo sodobnih recikliranih papirjev, po možnosti recikliranih papirjev, ki prihajajo iz predelave papirja na Koroškem.

Za izdelavo manjših scenskih materialov za dogodke in promocije predlagamo uporabo lesa in kovine, ki sta tradicionalno Koroška materiala, v kolikor je mogoče pa namesto teh materialov uporabljamo sodobne scenske pripomočke: npr. LED ali LCD zaslone z videi o Koroški, 3D projekcije, tablične računalnike z digitalnim katalogom produktov itd.

TRŽNA ZNAMKA KOROŠKA  
JE ZNAMKA VSEH KOROŠCEV

UPORABLJAJMO JO S PONOSOM IN  
SPOŠTOVANJEM DO NAŠE REGIJE.