

Wochenmarkt bekommt ein grafisches „Gesicht“

STADTMARKETING Taschen mit neuem Logo wurden in Aurich kostenlos an Marktbesucher verteilt

Der Auricher Wochenmarkt will sich mit einem Logo stärker als Marke präsentieren. Die Taschen werden an Besucher verteilt.

VON JENS SCHÖNIG

AURICH - Der Auricher Wochenmarkt hat ein eigenes Logo bekommen. Stadt und Marktbetreiber wollen damit mehr Aufmerksamkeit und einen Wiedererkennungswert für ihren Markt schaffen. Vorgestellt wurde das Logo am Gründonnerstag auf dem vorhergelegten Wochenmarkt. Dazu wurden 200 mit dem Logo bedruckte Taschen an Marktbesucher verschenkt.

Der Auricher Designer Tim Bruns hat das Logo in Abstimmung mit Stadt und Marktbetreibern gestaltet. Es zeigt den Schriftzug „Auricher Wochenmarkt“ in handgefertigter Typografie in



Form eines Apfels. Das „Aurich-Auge“ bildet das O. Auch die Farbwahl entspricht dem Aurich-Logo.

„Es ist eine Kombination von Retro- und modernen Elementen“, sagt Wochenmarkt-Pressesprecher Jörg Ripken. „Das steht sinnbildlich sowohl für seine lange

Tradition als auch für den Wandel.“ Das Logo soll künftig auch an den Ständen der Marktbesucher präsentiert sein. Dafür wird es variabel gestaltet. So kann der Schriftzug etwa auch einen Fisch oder ein Brot darstellen.

Auch für aktuelle Aktionen soll das Logo regelmäßig mo-

difiziert werden. In Anlehnung an die „Tasche voll Aurich“ für Neubürger hat die Stadt das neue Logo auch auf Baumwolltaschen drucken lassen, die von den Werkstätten für behinderte Menschen (WfbM) genäht wurden. „Die Markt-Taschen sind aber unten etwas breiter ausgeführt

Zum Mitnehmen: Elfriede Speckmann und Heye Saathoff freuen sich über eine Tasche von Wochenmarkt-Pressesprecher Jörg Ripken.

BILD: SCHÖNIG

als die Aurich-Taschen, damit man darin auch einen Einkartons flach ablegen kann“, erklärt WfbM-Geschäftsführer Jörg-Detlef Gauger das Design der Taschen.

„Es war eine bewusste Entscheidung, das ganze Projekt regional und nachhaltig zu gestalten“, erklärt der zuständige Fachbereichsleiter der Stadt, Kai-Michael Heinze. „Ein Logo eines heimischen Grafikers und hier gefertigte Taschen, nachhaltig, fair und schadstofffrei. Zudem ist es ein weiterer Schritt hin zum Ziel eines plastikfreien Marktes.“

Zum Start der Aktion verteilte Stadtmaking-Leiterin Tanja Munzig zusammen mit der Auszubildenden Laura Harms die ersten 200 Taschen kostenlos an Marktbesucher. 800 weitere Taschen werden zu kommenden Aktionen ebenfalls kostenlos verteilt. Langfristig soll es die Taschen auch bei den Markthändlern zu kaufen geben.