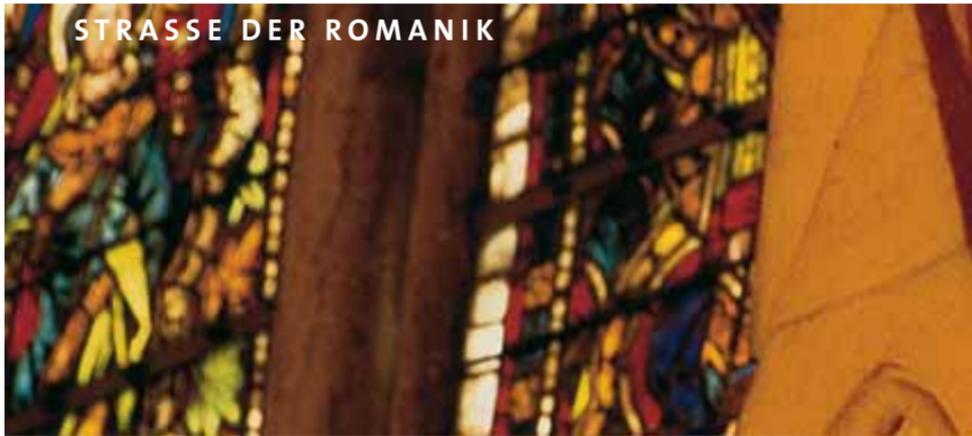


CORPORATE DESIGN MANUAL
STRASSE DER ROMANIK





Corporate Design

Das von der Landesregierung Sachsen-Anhalts ins Leben gerufene Tourismusprojekt „Straße der Romanik“ ist neben den „Garten träumen“ und dem „Blauen Band“ eine tragende Säule der touristischen Vermarktung unseres Landes. Ihr Erfolg ist wesentlich von einem klar erkennbaren Auftritt und einer eigenen unverwechselbaren Identität abhängig.



Dieses Manual bildet mit seinen Vorgaben die Basis für ein einheitliches Erscheinungsbild mit sicherer Identifizierung und hoher Wiedererkennbarkeit.
Nur durch die Einhaltung dieser Vorgaben für Logo, Farben und Schrift können alle Beteiligten als Teil eines wohlüberlegten Gesamtkonzeptes wahrgenommen und weiter erkannt werden.

Dr. Carlhans Uhle
Geschäftsführer Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH



Die Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt

Das Logo „Straße der Romanik“ besitzt die Funktion einer Dachmarke, die dem Gesamtkonzept dieser touristischen Säule Ausdruck verleiht. Es besteht aus einem Signet und einer Wortmarke. Die Grundidee des Signets basiert auf den romanischen Rundbögen. Es symbolisiert das markante Architekturmerkmal der Romanik, wie es in den mächtigen Kaiserpfalzen, Schlössern, Burgen und Basiliken zum Ausdruck kommt. Die Rundbögen ruhen auf Säulen und Pfeilern.



®

STRASSE
DER
ROMANIK

Die Wortmarke „Straße der Romanik“ ist unter dem Signet angeordnet und steht als erklärender Schriftzug immer in Verbindung mit diesem.

Der serifenbetonte Schriftzug verstärkt den historischen Bezug. Durch die Schreibweise in Versalien (Großbuchstaben) sowie der zentrierten Ausrichtung unter dem Signet wird dem Logo sein individueller Ausdruck verliehen und die Wiedererkennbarkeit unterstützt.

Größe und Ausrichtung

Das Größenverhältnis ist klar definiert und sollte nicht verändert werden. Die Skalierung darf nur proportional verkleinert oder vergrößert werden.

Für kleinstformatige Anwendungen des Logos ist die minimale Verkleinerung auf 12 mm Mindestbreite festgelegt, um die Lesbarkeit zu garantieren.



30 mm



BASISLOGO

schwarz-weiß,
4c,
Pantone 194C

Basislogo



12 mm

**kleinste
Anwendung**

**proportional
Skalieren**



CORPORATE DESIGN MANUAL

ANWENDUNGSGRÖSSEN

Empfehlungen für das Logo bei DIN-Formaten und ihren Anwendungen.

Achtung: Diese Abbildungen dienen im Notfall als Reprovorlage.

**kleinste
Abbildung**



12 mm

**DIN A4
DIN A5
Flyer
DIN lang
Broschur
DIN lang**



15 mm

**DIN A3
DIN A4
DIN A5
Broschur 21x21 cm
Briefbogen DIN A4**



22,5 mm

**DIN A3
BASISLOGO**



30 mm



LOGOGROSSEN

schwarz-weiß,
4c,
Pantone 194C

DIN A1



DIN A2



37,5 mm

60 mm

Die Farbe des Logos

Das Logo ist im normalen Anwendungsfall einfarbig. Der Rotton ist als Farbe der Romanik definiert. Dafür wird ausschließlich der Vollton Pantone 194C oder seine 4c-Separation verwendet. Sollte ein zwei- oder mehrfarbiger Druck nicht möglich oder sinnvoll sein (Fax, Stempel, s/w-Kopiervorlagen), kommt das Logo in der einfarbigen schwarzen Variante zum Einsatz. Das Aufrastern in Graustufen wird nicht empfohlen.



Definition Bilderdruck

Vollton

Pantone 194C

Prozessfarben

0% cyan

91% magenta

56% yellow

34% schwarz

Definition RAL

3003

Definition ORACAL

751-030

Definition Offsetpapier

Vollton

Pantone 187 U

Prozessfarben

0% cyan

91% magenta

72% yellow

24% schwarz

CORPORATE DESIGN MANUAL

FARBKLIMA AUF FARBFÄCHEN



Das Logo auf farbigen Hintergründen

Das Logo ist im Normalfall einfarbig rot anzuwenden. Dafür wird ausschließlich der Vollton Pantone 194C oder seine 4c-Separation verwendet. Bei einem Schwarz-Weiß-Druck jeglicher Art steht das Logo ausschließlich in der einfarbigen schwarzen Variante.



Das Logo auf Bildern

Das Logo sollte generell einfarbig (Pantone 194C) auf einer ruhigen Hintergrundfläche im Bild platziert werden.

Die Verwendung der positiven Version ist nur zugelassen, wenn dies technisch nicht anders möglich ist.

Um ein passendes Farbklima der begleitenden Farbflächen zum Thema zu erzeugen, können aus dem Foto entsprechende Farbwerte herausgemessen werden.



Empfehlungen zur Positionierung des Logos

Das Logo soll präsent sein, dem Betrachter ins Auge fallen, dabei nicht aufdringlich wirken. Optimal positioniert ist das Logo im oberen oder unteren Teil der Fläche. Durch die Positionierung im rechten oder linken oberen bzw. unteren Bereich wird es an prädestinierter Stelle wahrgenommen. Der Stand steht in Abhängigkeit vom verwendeten Fotomaterial, der Headlines und weiteren Signets.



DIN lang, hoch



Quadratisches Format

Logoanwendung mit den anderen touristischen Säulen Sachsen-Anhalts

Steht das Logo „Straße der Romanik“ gemeinsam mit den Logos „Gartenträume“ und „Blaues Band“ im Dreiklang, so müssen alle auf einer optischen Linie ausgerichtet sein. Das gilt sowohl für die Horizontale als auch für die Vertikale.

Sonderfall: Anwendung auf Karten





Anwendung helle Hintergründe

Anwendung dunkle Hintergründe



NOT TO DO



Was auf jeden Fall vermieden werden sollte

Nicht zum einheitlichen Erscheinungsbild passen folgende Fehler in der Anwendung, die unter allen Umständen vermieden werden sollten. Das Logo „Straße der Romanik“ darf...

- 1.** weder gestaucht noch verzogen werden,
- 2.** nicht auf Bilder gelöst in Weiß oder anderen Farben stehen,
- 3.** nicht mit einem Schatten oder einer Aura unterlegt werden,
- 4.** nicht in andere Farben eingefärbt werden.

FALSCH!



FALSCH!



- 1. 2.
- 3. 4.

FALSCH!



FALSCH!





Erweiterung

Die in diesem Manual dargestellten Gestaltungsrichtlinien werden sich im Zuge der Verwendung stetig weiterentwickeln. Ihr Feedback ist uns willkommen. Sie können damit zur Optimierung des Corporate Design und zum Erfolg des Projektes beitragen. Ihre Fragen und Anregungen richten Sie bitte an:

**IMG – Investitions- und Marketing-
gesellschaft Sachsen-Anhalt mbH**
Tel. 03 91 / 5 67 – 70 80,
welcome@img-sachsen-anhalt.de

Nutzen Sie auch unseren IMG-Bilderdienst:

Tel. 03 91 / 5 67 – 70 85



Herausgeber

IMG – Investitions- und Marketing-
gesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg
Tel. 03 91/5 67 - 70 80
Fax 03 91/5 67 - 70 81
welcome@img-sachsen-anhalt.de
www.img-sachsen-anhalt.de

Konzept und Gestaltung

Hoffmann und Partner Werbeagentur GmbH
Jean-Burger-Straße 2, 39112 Magdeburg
Tel. 03 91/5 41 08 98
Fax 03 91/5 41 00 30
info@hup-md.de
www.hup-md.de

CORPORATE DESIGN MANUAL

STRASSE DER ROMANIK

Sachsen-Anhalt – Land der ersten Könige und Kaiser. Nirgendwo sonst stehen so viele romanische Baudenkmäler wie hier. Die wichtigsten Denkmäler romanischer Zeit wurden zu der touristischen Route „Straße der Romanik“ verbunden.