



**WEIMARER
LAND**

MARKETINGKONZEPT

3

CORPORATE DESIGN ANWENDUNGSHANDBUCH

WEIMARER LAND TOURISMUS

Stand 04.10.2021

Dieses Dokument zeigt im Überblick die Anwendungsmöglichkeiten des Corporate Designs. Es ist möglich, dass zu Veranschaulichungszwecken Bilder genutzt wurden, die urheberrechtlich geschützt sind. Diese könnten nur durch Erwerb der Lizenzrechte verwendet werden.

© Weimarer Land Tourismus e.V.

URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.

Thüringen
-entdecken.de 

AGENDA

Designkonzept

1. Grundsätze für ein einheitliches Designkonzept
2. Designvorlage für Druckpublikationen
3. Designvorlage für Online-Publikationen

DESIGNKONZEPT



1 Grundsätze für ein einheitliches Designkonzept

Corporate Design ist mehr als ein Logo. Das Gesamtdesign spielt für den Wiedererkennungswert der Marke eine bedeutende Rolle. Nur ein konsequent und einheitlich umgesetzter Designcharakter kann das Weimarer Land schneller zu einer starken Tourismusmarke machen, die ...



auf dem Markt deutlich wahrgenommen wird und zur Marktdurchdringung beiträgt,



eine klare Identifizierung der Gäste mit der Marke Weimarer Land ermöglicht und zur Gästebindung beiträgt,



im großen Wettbewerb unter den Destinationen bestehen kann.

Um ein einheitliches Markenerscheinungsbild des Weimarer Landes zu garantieren, müssen die folgenden Regeln bei der Gestaltung eingehalten werden...

REGEL NR. 1

GOLDENER SCHNITT UND FIBONACCI-FOLGE als Gestaltungsprinzip für Fotografie und grafische Gestaltung.
[Siehe CD-Handbuch, Seite 22]

Grundlage für alle proportionalen Verhältnisse ist die goldene Zahl

1,618

Die Goldene Zahl besitzt unendlich viele Nachkommastellen und wird mit dem griechischen Buchstaben Φ (Phi) bezeichnet.

Ihr Kehrwert 0,618 unterscheidet sich nur durch die Stelle vor dem Komma, alle anderen Nachkommastellen sind unendlich identisch.

Gestaltungsprinzip nach dem goldenen Schnitt:



A	B
0,382 oder 38,2%	0,618 oder 61,8%

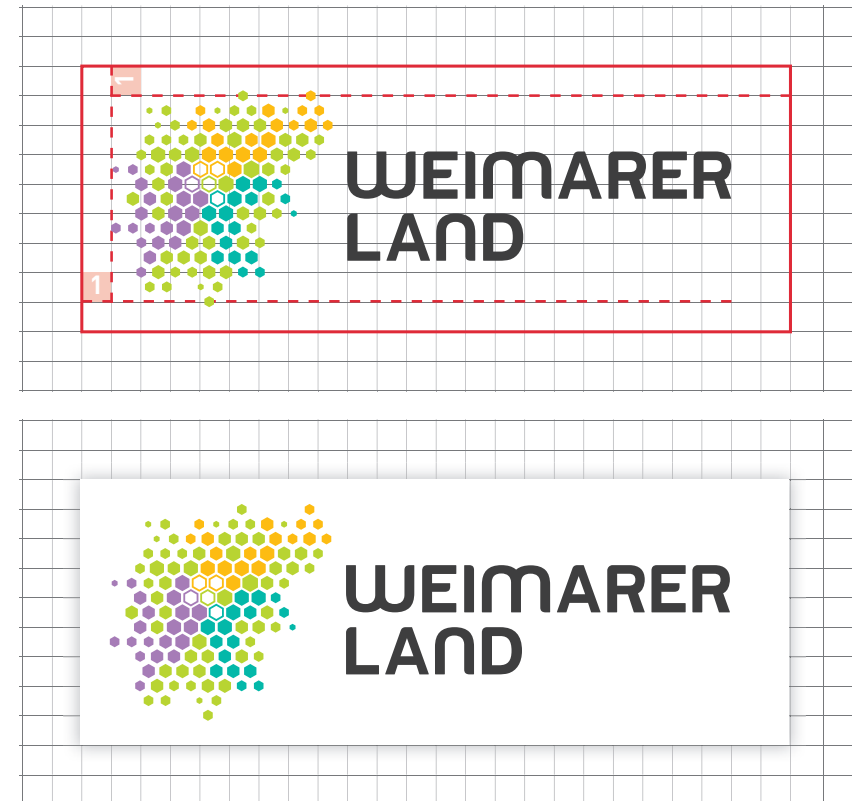
A+B

REGEL NR. 2

LOGOANWENDUNG

[Siehe CD-Handbuch, Seite 11-15]

- › **Der Weißraum** des Logos zu anderen Gestaltungselementen muss immer eingehalten werden.
- › **Das mehrfarbige Logo** mit weißem Hintergrund findet Anwendung immer wenn es auf komplizierten, bunten Bildflächen platziert werden soll.
- › **Das einfarbige Logo** (i.d.R. nur in Weiß) kann auf einfarbigen, abgedunkelten, kontrastarmen oder einfachen Bildflächen angewendet werden.



REGEL NR. 3

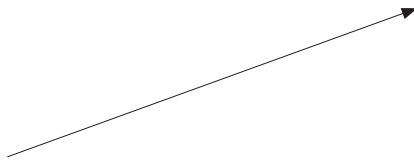
SCHRIFTEN

(Siehe CD-Handbuch, Seite 11-15)

- › In sämtlichen Medien werden hauptsächlich **NUR** zwei Schriftarten genutzt:
DIN Pro und *Pacifico*
- › *Pacifico* dient nur als **Zusatzschrift** in Kombination mit der Hausschrift, darf nicht allein für Headline genutzt werden und darf nur in **normaler Groß-Klein-Schreibung** angewendet werden.
- › Diese Schriftkombination darf nur für bestimmte, exklusive Themen genutzt werden.
- › Sparsame Verwendung
- › *Pacifico* dient als Kennzeichnung von Themen.

BEISPIELTEXT
DIN BLACK *zusatz pacifico*

WEIMARER
LAND *Mahlzeit*



REGEL NR. 4

DESIGNELEMENTE

(Siehe CD-Handbuch, Seite 11-15)

Die Grundform  wird möglichst ins Layout integriert.

Andere Formen dürfen nicht dominant in der Gestaltung verwendet werden.



BEISPIELE FÜR RICHTIGE ANWENDUNGEN

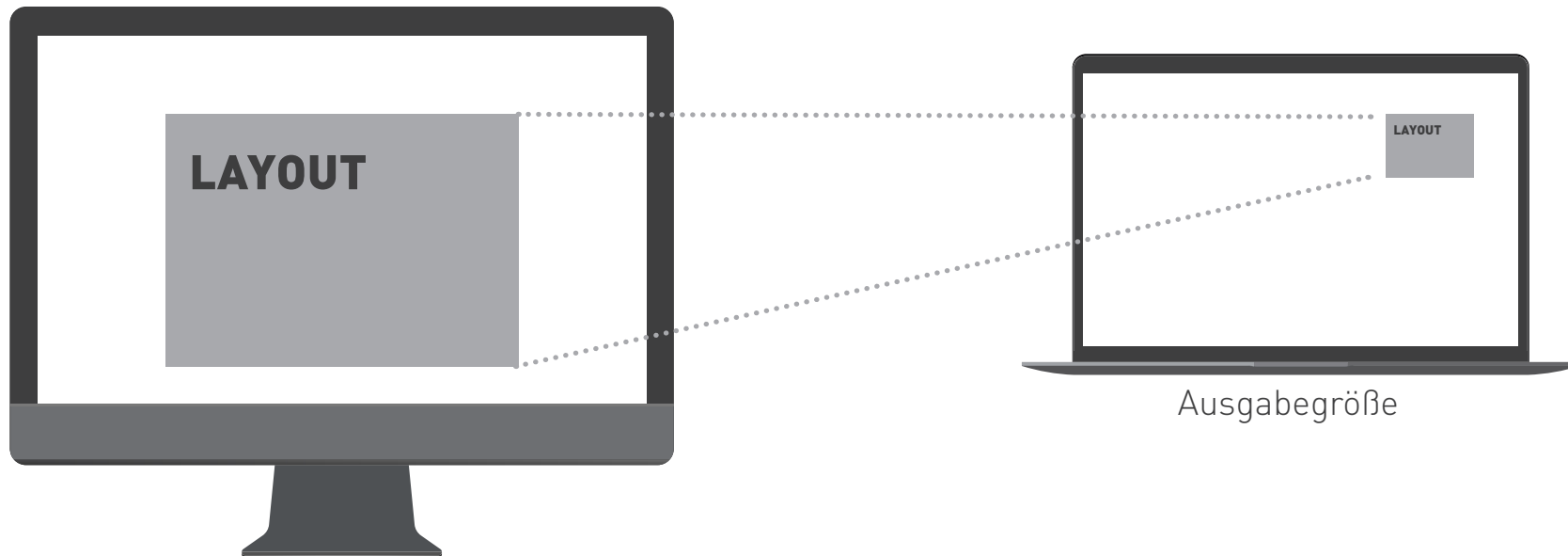


REGEL NR. 5



ZUSATZREGEL

DIE **REALE ENDGRÖSSE** ZÄHLT,
NICHT DAS LAYOUT AM BILDSCHIRM





2 Designvorlage für Druckpublikationen

ÜBERSICHT PUBLIKATIONEN

DRUCK

Flyer (DIN lang / DIN A5 ...)

Broschüren (DIN A4 / DIN lang ...)

Magalog / Magazin (DIN A3 / A4 / A5 ...)

Postkarten (A6, DIN lang)

Anzeigen (in versch. Formaten)

ONLINE

Website

Facebook (Post, Video, Anzeigen)

Instagram (Post, Video, Anzeigen)

Google Display Werbung / Banneranzeige

Die Übersicht stellt keine Vorgabe da.

2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Flyer

STANDARD-FLYER FORMAT: DIN LANG

z. B. Produktflyer, Tourist-Information-Flyer,
jähriger Veranstaltungskalender, Radwege...

ANMERKUNG:

Bei den Flyer-Titelseiten muss das
Qualitätsversprechen „Ursprung. Geist. Entfaltung“
unten platziert werden.

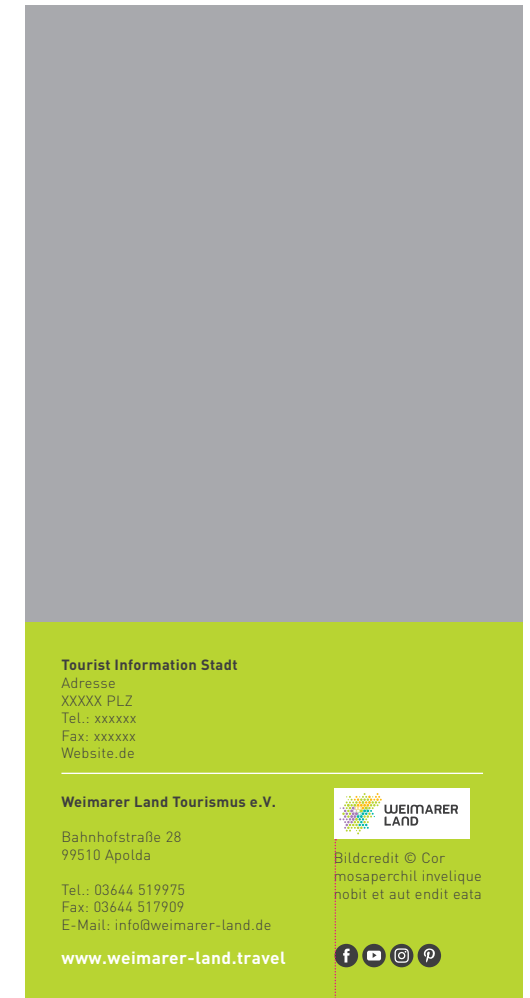
- › Auf Bild- oder Farbflächen
in Weiß **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG**
oder 90% Schwarz **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.**
- › Auf weißem Hintergrund
in den 3 Farben: **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.**
- › Bei DIN lang-Formaten wird der Slogan in 3 Zeilen
untereinander geteilt.

**URSPRUNG.
GEIST.
ENTFALTUNG.**

Logo -
Höhe x 1,5



Rückseite



2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Flyer

STANDARD-FLYER
FORMAT: DIN LANG

BEISPIEL



Flyer

SONDERFLYER FORMAT: DIN LANG

Flyer für überregionale Themen, bei denen das Weimarer Land Partner/Unterstützer/Teil einer Kooperation ist

ANMERKUNG:

- › Das einfarbige Logo Weimarer Land wird hier oben zentriert auf abgedunkelten Bildflächen platziert.
- › Das Logo Thüringen entdecken erscheint hier nicht auf der Titelseite, sondern auf der Rückseite im Abspann , um die gesamte Gestaltung harmonisch zu halten.



2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Flyer

SONDERFLYER
FORMAT: DIN LANG

BEISPIEL



Flyer – Titellentwurf

VERANSTALTUNGSFLYER
FORMAT: DIN LANG

BEISPIEL



2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Flyer

KOOPERATION-FLYER Z. B. MIT WEIMAR

Flyer für lokale Themen, die zum Beispiel vom Weimarer Land und der Stadt Weimar zusammen als Kooperationspartner veröffentlicht werden.

Ist z. B. Erfurt der Kooperationspartner, würde dem entsprechend das Erfurter Logo auf dem Flyer erscheinen.

z. B. Freizeitkarte, Veranstaltungskalender

Logo -
Höhe x 1,5



2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Flyer

KOOPERATION-FLYER

BEISPIEL

Logo -
Höhe x 1,5



Broschüren (Fachpublikationen)

FORMAT: DIN A4 HOCH

z.B: Kommunikationskonzept, Akquisebroschüre

ANMERKUNG:

Bei den Broschüren-Titelseiten muss das Qualitätsversprechen „Ursprung. Geist. Entfaltung“ unten platziert werden.

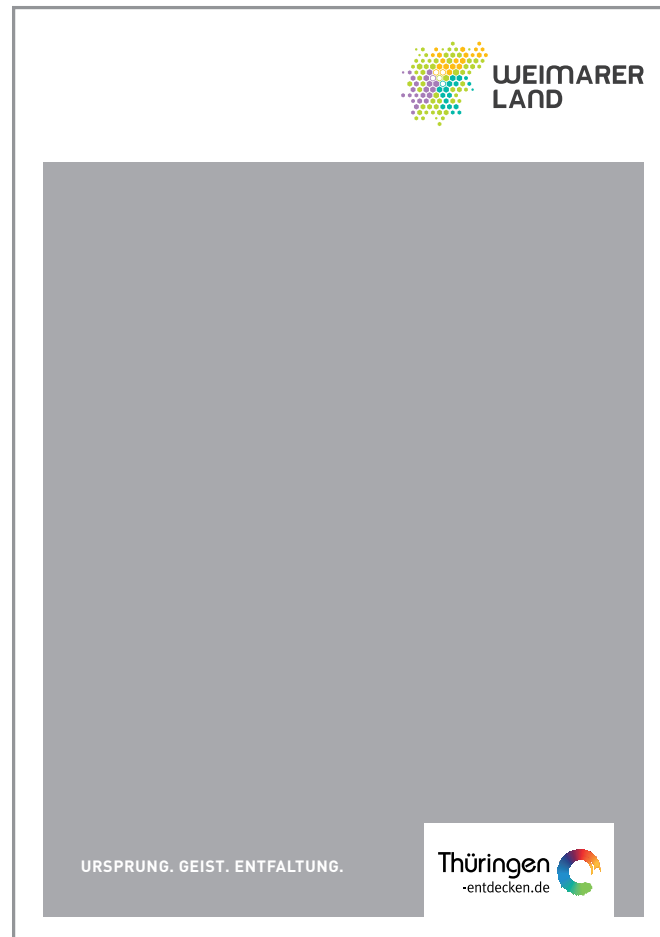
in Weiß

URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG

oder 90% Schwarz

URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.

Logo-Höhe x 1,5



BEISPIEL

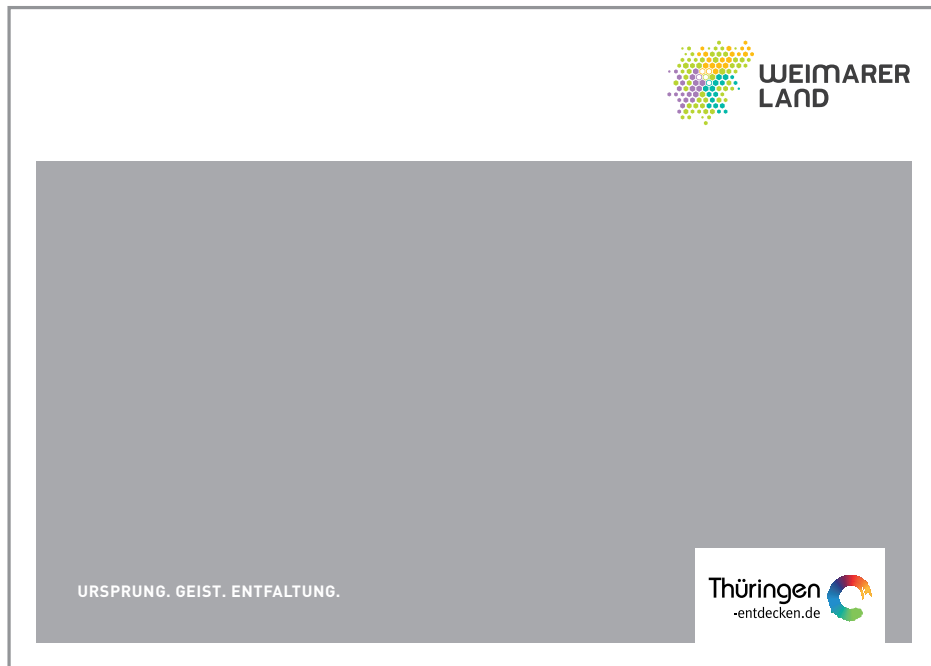


Broschüren (Fachpublikationen)

FORMAT: DIN A4 QUER

z. B.: Kommunikationskonzept, Akquisebroschüre

Logo-Höhe x 1,5



BEISPIEL



Magalog / Magazin

FORMAT: DIN A3, A4, A5



BEISPIEL

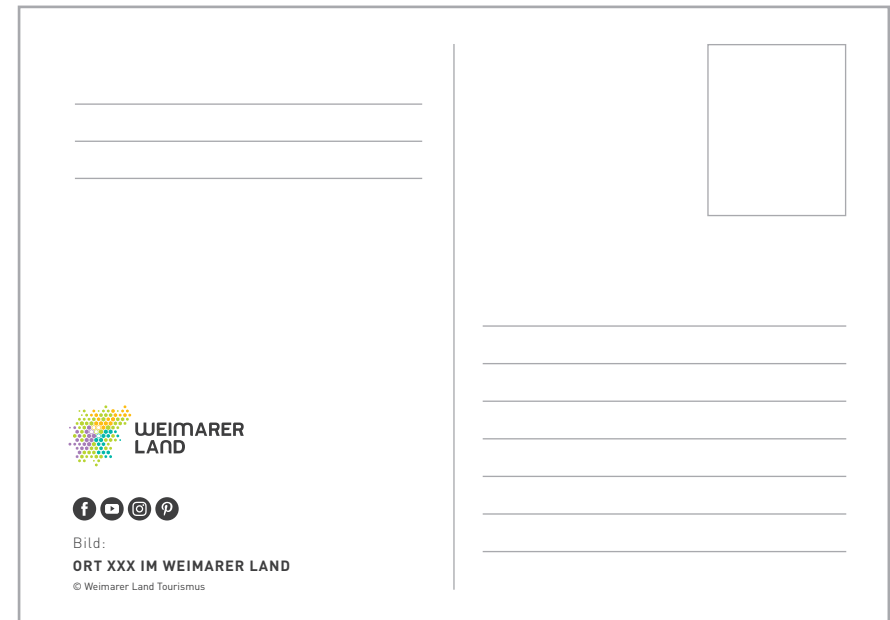


Postkarten

**FORMAT:
DIN A6**



**FORMAT:
DIN LANG**



Das Logo Weimarer Land wird nicht auf der Vorderseite platziert, sondern auf der Rückseite, um die gesamte Gestaltung harmonisch zu halten.

Postkartenmotiv

FORMAT:
DIN A6



FORMAT:
DIN LANG



ANMERKUNG:

Um die Bildwirkung zu steigern, bitte Bildmotive auswählen, die einen harmonischen Aufbau (Motivkomposition nach goldener Spirale) und positive Stimmung haben.

(Siehe CD-Handbuch, Seite 23-24)

Anzeigen

VARIANTE 1

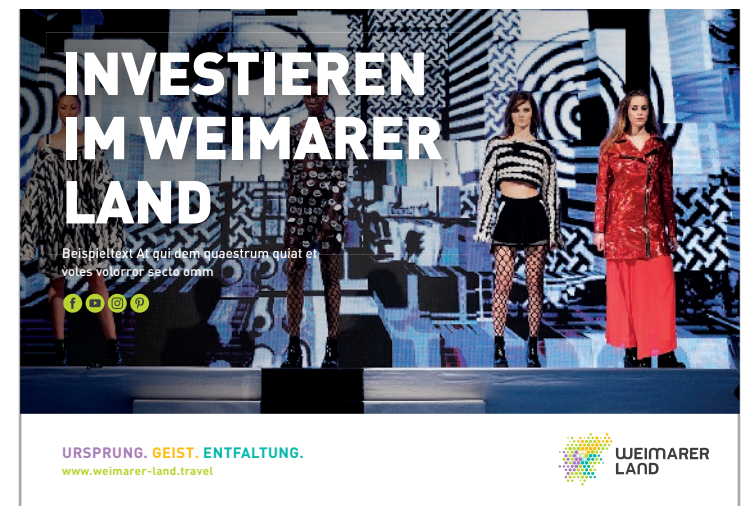
HOCHFORMAT



BEISPIEL



QUERFORMAT



Übersicht Designbeispiele Druckpublikationen

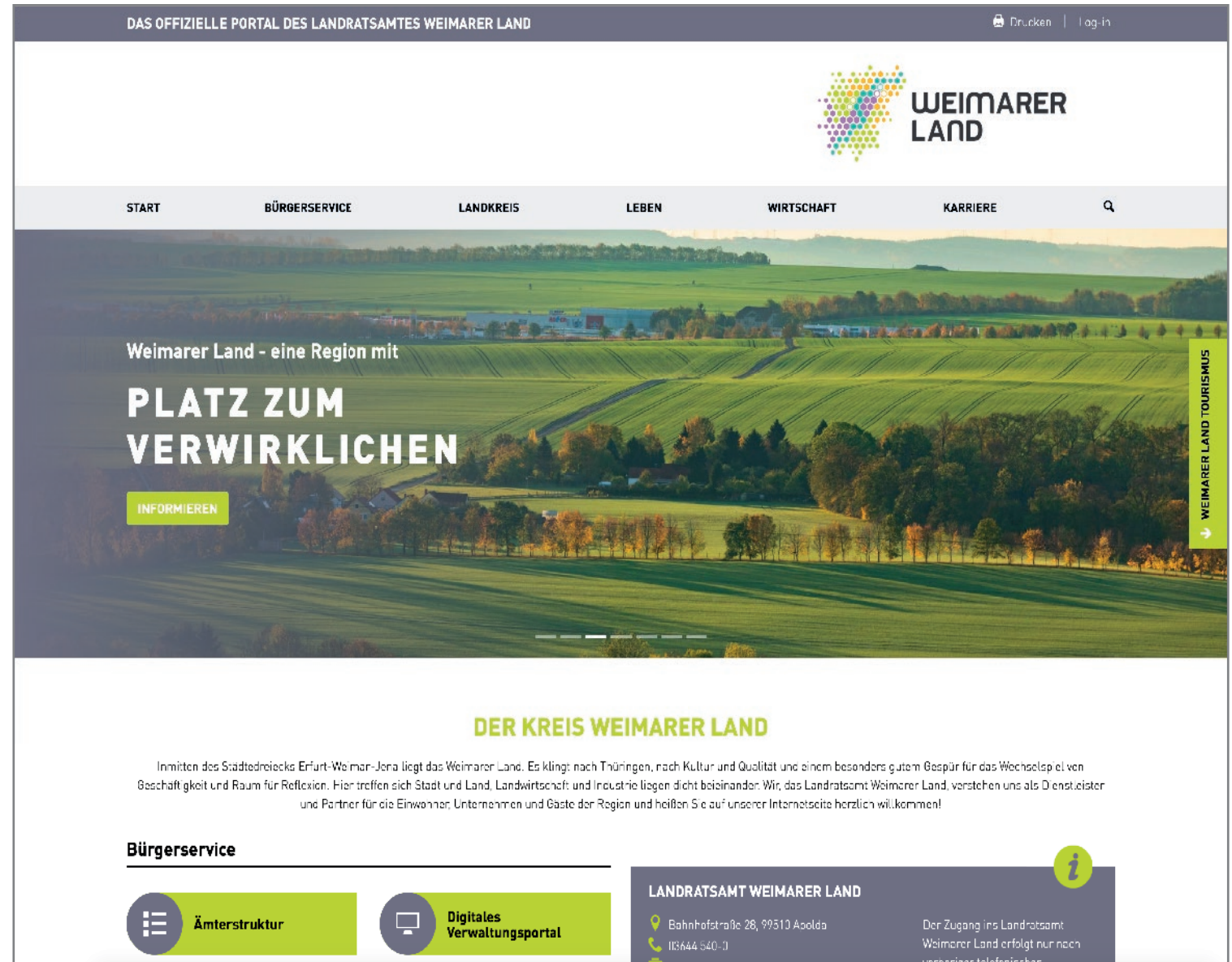




3 Designvorlage für Online-Publikationen

3. DESIGNVORLAGE FÜR ONLINE-PUBLIKATIONEN

Website



Social Media Post



ODER



ANMERKUNG:

- › Einheitliche Formate und Gestaltung
- › Klare, inspirierende Bild- und Text-Aussagen
- › Klares, reduziertes und zeitgemäßes Design
- › Flächenaufteilung nach goldenem Schnitt

ANMERKUNG:

- › Flächenaufteilung umgedreht
- › Integration der Grundform

Instagram Post



BEISPIEL

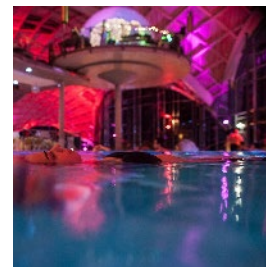
ANMERKUNG:

- › Relevante Themen auswählen wie z. B.
#landgenuss
#urlaubimweimarerland
#selfness
#wanderwege #radwege
#veranstaltungen
- › Harmonischer Instagram-Feed
- › Die Zuordnung der verschiedenen Themen orientiert sich am Farbkonzept aus dem Corporate Design
- › Klares, reduziertes und zeitgemäßes Design

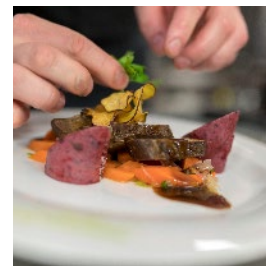
Nicht das einzelne Bild zählt, sondern dessen Wirkung in der Gesamtheit



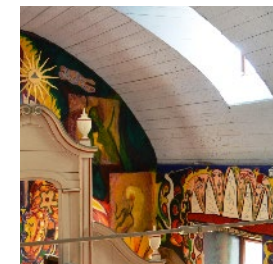
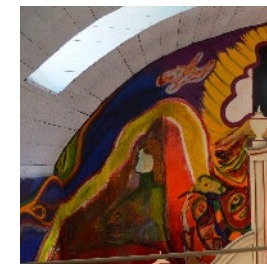
Weihnachten im Weimarer Land



Urlaub im Weimarer Land
z. B. Toskana
Therme



Genuss im Weimarer Land
z. B. Venerius
Restaurant



Kunst
z. B.
Kunstaussstellung
in Matt-Lamb-
Kirche Bergern

Facebook / Instagram Post

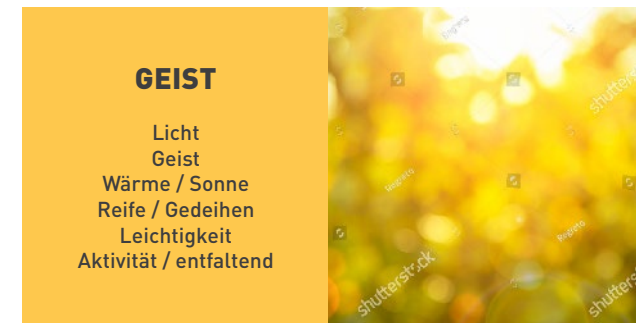
ANMERKUNG:

- › Die Zuordnung der verschiedenen Themen orientiert sich am Farbkonzept aus dem Corporate Design (Siehe CD-Handbuch, Seite 16)

Beispiele:

Bäume, Wald = Frische / Natur > Grün

Historisches = Geist > Gelb



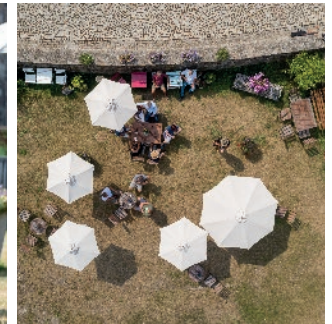
Facebook / Instagram Bildmotiv

BEISPIELE

ANMERKUNG:

Um die Wirkung zu steigern, bitte Bildmotive auswählen, die

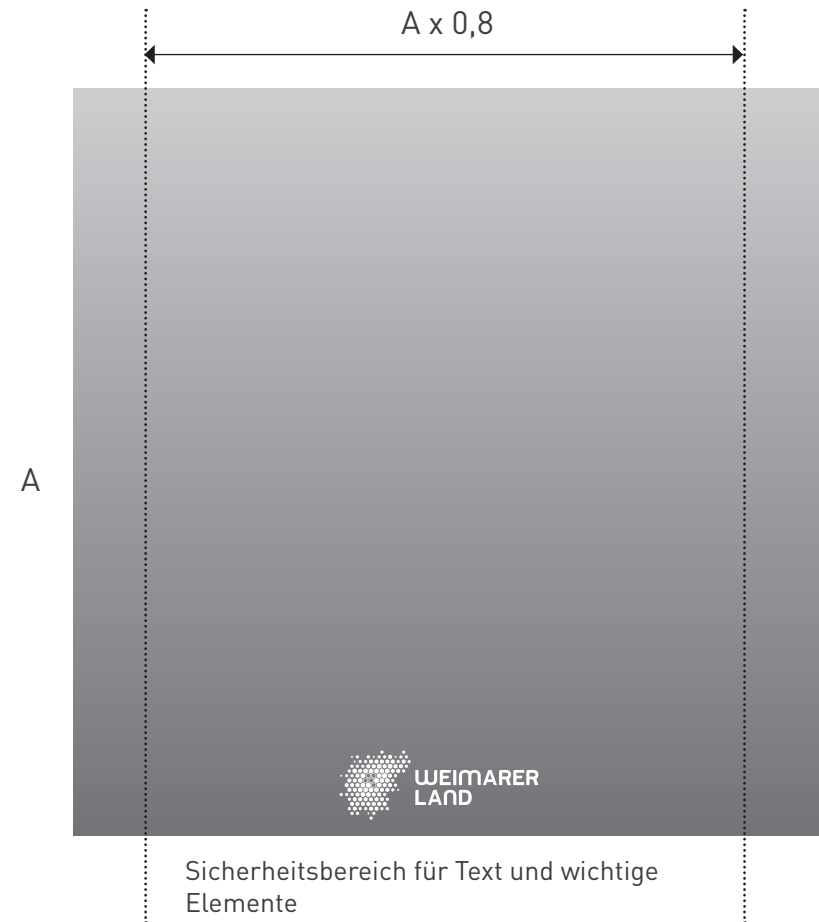
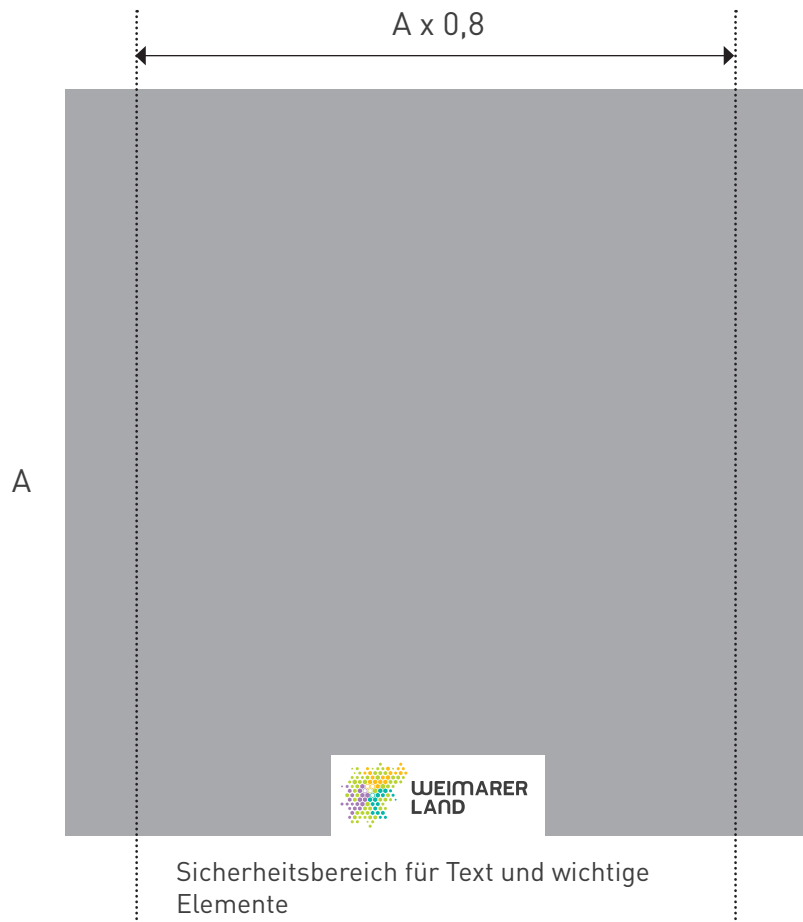
- › Emotionen und Inspiration auslösen,
- › eine Story erzählen,
- › einen Mehrwert erzeugen,
- › einen wichtigen Bezug zum ursprünglichen Charakter des Weimarer Landes schaffen, und
- › einen harmonischen Aufbau (Motivkomposition nach goldener Spirale) haben. (Siehe CD-Handbuch, Seite 23-24)



Facebook / Instagram Anzeigen

Für Anzeigen im Facebook-/Instagram-Feed sind Bilder OHNE LOGO zu empfehlen.
Allerdings wenn das Logo unverzichtbar ist, sollen die folgenden Templates verwendet werden.

BILDANZEIGEN MIT LOGO FORMAT 1:1



Facebook / Instagram Anzeigen

BEISPIEL



 **Weimarer Land Tourismus** ist in Bad Berka
15. Juni um 20:25 · 🌐

Suchst Du Zeit? Komm ins Weimarer Land!

Spannende Urlaubsorte mit hohem Erholungswert und malerischen Landschaften liegen gar nicht so weit entfernt, wie wir oft denken. Neben Wäldern und Seen bietet das Weimarer Land eine vielfältige Auswahl an regionalen Speisen sowie ein umfangreiches Sport- und Freizeitangebot.

Hier Urlaub machen bedeutet: Schon entspannt anreisen. Entdecken Sie das Weimarer Land, eine außergewöhnliche Urlaubsdestination mit ganz besonderem Charme!

[#meinweimarerland](#)



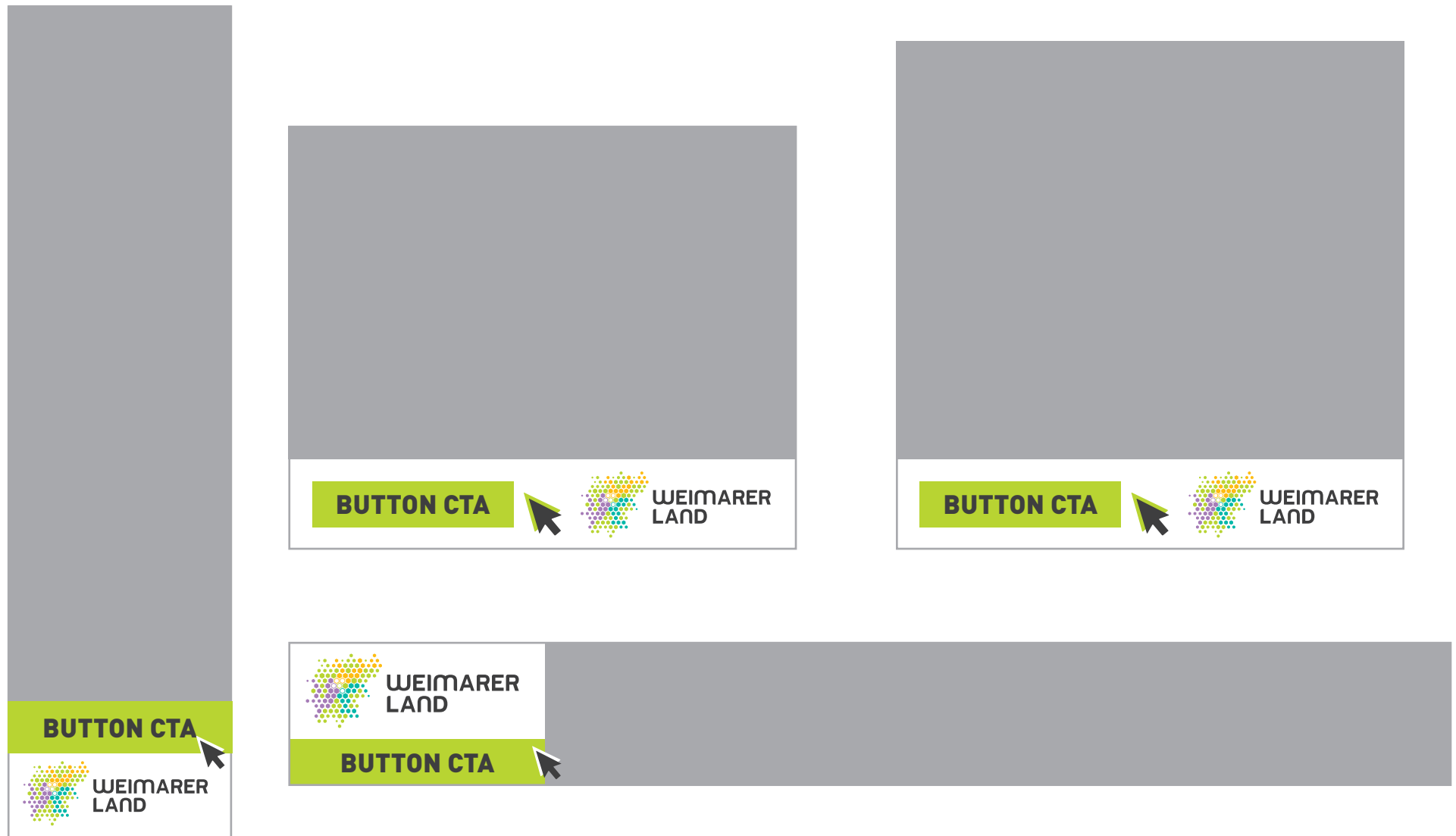
SUCHST DU ZEIT?

 **WEIMARER LAND**

Weimarer Land Arrangements
www.weimarer-land.travel

Jetzt buchen

Google Display Werbung / Banneranzeige



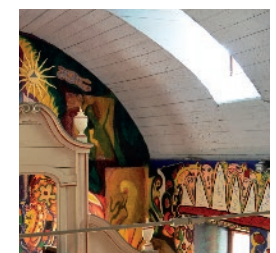
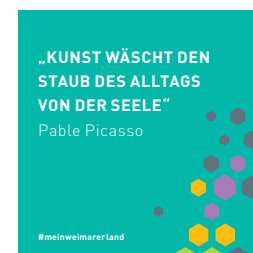
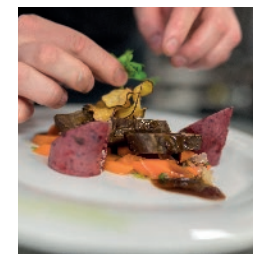
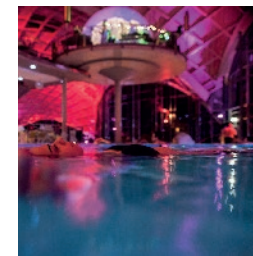
Google Display Werbung / Banneranzeige



BEISPIEL



Übersicht Designbeispiele Onine-Publikationen





HERZLICHEN DANK FÜR IHR AUFMERKSAMKEIT!

Katy Kasten-Wutzler
info@weimarer-land.de

Weimarer Land Tourismus e.V.
Bahnhofstraße 28 / 99510 Apolda
Telefon +49 3644 519975

www.weimarer-land.travel

Heiko Rittweger
heiko-rittweger@rittweiger-team.de

RITTWEGER und TEAM Werbeagentur GmbH
Anger 24 / 99084 Erfurt
Telefon +49 361 550560-0

www.rittweiger-team.de
