

# MARKETINGKONZEPT

**3**

## **CORPORATE DESIGN ANWENDUNGSHANDBUCH**

### WEIMARER LAND TOURISMUS

Stand Oktober 2025

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.**

# AGENDA

## Designkonzept

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

# 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-Basishandbuch, Seiten 26 ff.]

**Grundlage für alle proportionalen  
Verhältnisse ist die goldene Zahl**

# 1,618

Die Goldene Zahl besitzt unendlich viele Nachkommastellen und wird mit dem griechischen Buchstaben  $\Phi$  (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%

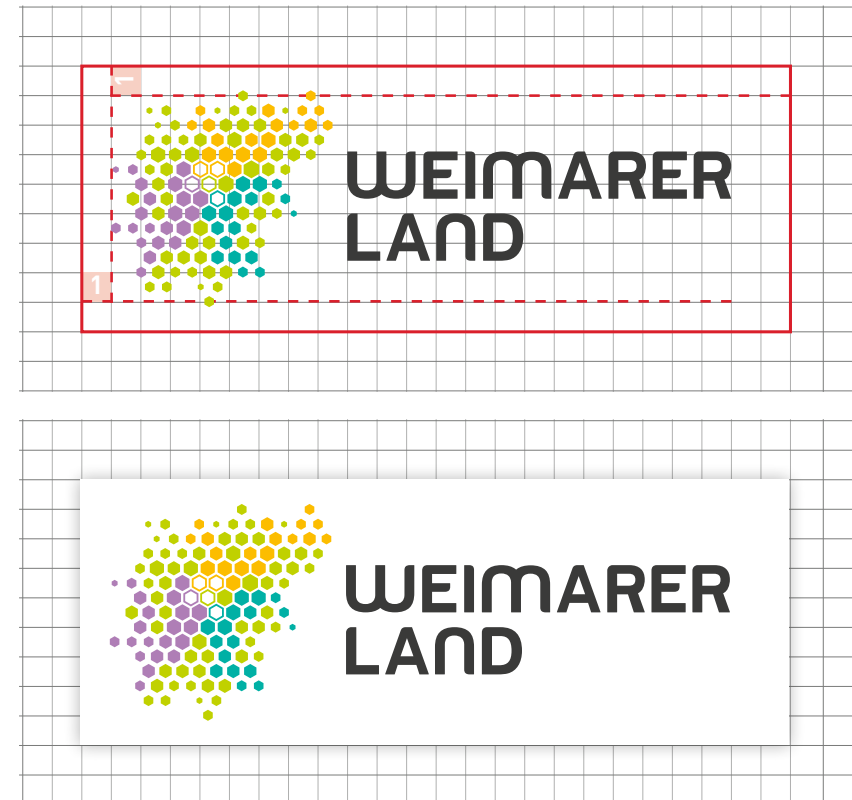
**A+B**

# REGEL NR. 2

### LOGOANWENDUNG

(Siehe CD-Basishandbuch, Seiten 12 ff.)

- › **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-Basishandbuch, Seiten 19 ff.)

- › In sämtlichen Medien werden hauptsächlich **NUR** zwei Schriftarten genutzt:  
**DIN Pro** und *ULT Pacific*
- › *ULT Pacific* 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
- › *ULT Pacific* dient als Kennzeichnung von Themen.

**BEISPIELTEXT**

**DIN BLACK** *zusatz ULTPacific*

**WEIMARER**  
**LAND** *Mahlzeit*





# REGEL NR. 4

### DESIGNELEMENTE

Die Grundform  wird möglichst ins Layout integriert.

Sie wird nicht als Bilderrahmen verwendet. Sie muss in der richtigen Ausrichtung und entweder als Linie oder einfarbig ausgefüllt verwendet werden.

Andere Formen dürfen nicht dominant in der Gestaltung verwendet werden.

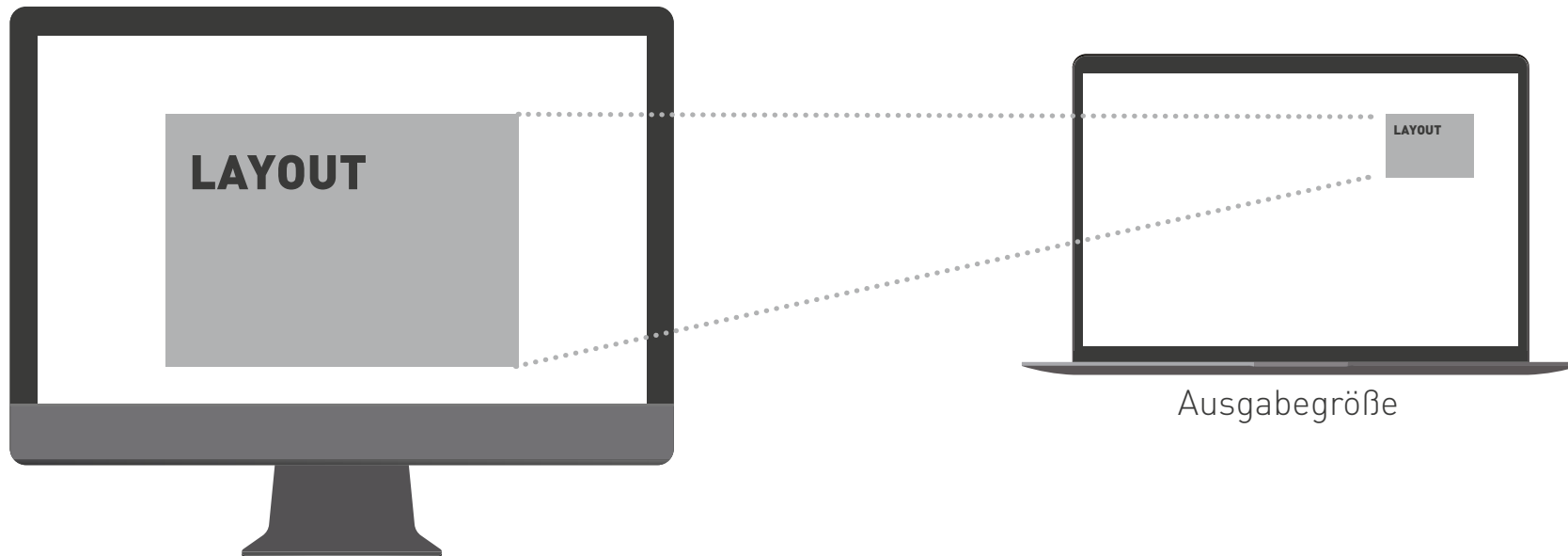
## REGEL NR. 5



Verlasse gewohnte Muster und nutze unkonventionelle Ansätze, um Marketingmaßnahmen für das Weimarer Land kreativ und wirkungsvoll weiterzuentwickeln. Setze gezielt Methoden ein, die neue Perspektiven eröffnen und helfen, das touristische Profil des Gebiets klarer und differenzierter zu positionieren.

## ZUSATZREGEL

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



## 1. GRUNDSÄTZE FÜR EIN EINHEITLICHES DESIGNKONZEPT

### DAS CORPORATE DESIGN BASISHANDBUCH ALS FUNDAMENT

Dieses Anwendungshandbuch baut auf den im Corporate Design Basishandbuch definierten gestalterischen Grundlagen auf. Dort sind die zentralen Elemente wie Logo, Farben, Typografie und grundlegende Gestaltungsprinzipien ausführlich erläutert und verbindlich festgelegt.

Für ein konsistentes Erscheinungsbild empfiehlt sich die parallele Nutzung beider Handbücher.

**Das Corporate Design Basishandbuch kann ebenfalls über das Verbandsbüro des Weimarer Land Tourismus e.V. angefordert werden:**

Weimarer Land Tourismus e.V. – Verbandsbüro  
Bahnhofstraße 28  
99510 Apolda

Telefon: +49 (0)3644 519975  
E-Mail: [info@weimarer-land.de](mailto:info@weimarer-land.de)



## **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)

Infotafel

## ONLINE

Website

Facebook (Post, Video, Anzeigen )

Instagram (Post, Video, Anzeigen )

Google Display Werbung / Banneranzeige

Die Übersicht stellt keine Vorgabe da.

# RASTER ALS GRUNDLAGE DER GESTALTUNG

**Das Layout von Druckpublikationen richtet sich nach dem Gestaltungsraster.**

Die Größe der einzelnen, quadratischen Rastereinheit (RE) beträgt für die gewöhnlichen DIN-Formate (nicht DIN lang, DIN lang orientiert sich an A5):

**1/42 der kurzen Seite in Millimeter.**

Bei A4 also 5 mm ( $210 / 42 = 5$  mm),  
bei A5 also 3,52 mm ( $148 / 42 = 3,52$  mm).

Die Höhe des weißen Streifens beträgt 9 RE,  
die Logohöhe darin (Kernlogo ohne Schutzraum) 5 RE und  
der „Schutzraum“ überall horizontal wie vertikal 2 RE.

Textinhalte haben i.d.R. einen horizontalen Abstand von 4 RE zum Rand.

Hinweis: Das Gestaltungsraster zum Seitenaufbau weicht vom Logoraster ab.



## 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.

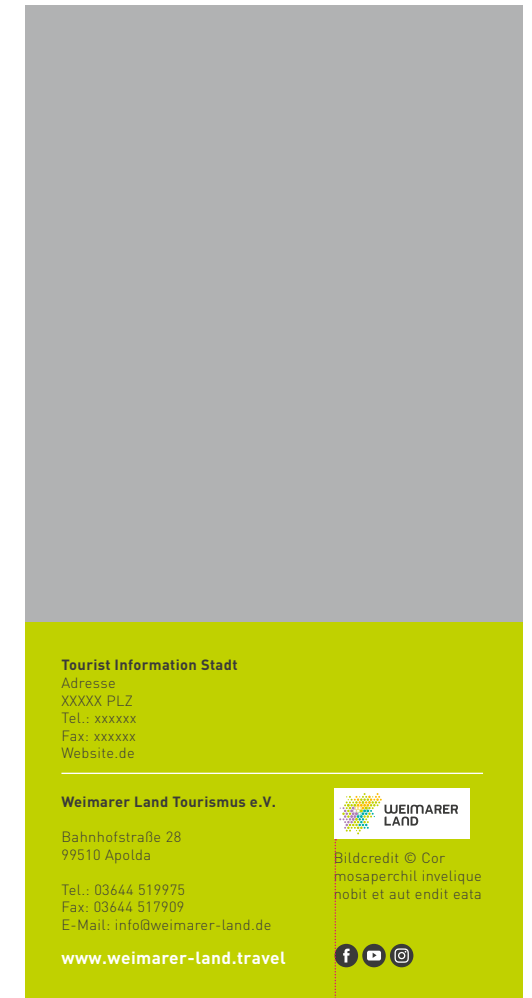
- › Auf Bild- oder Farbflächen  
in Weiß **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG**  
oder 90% Schwarz **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.**
- › Auf weißem Hintergrund  
in den 3 Farben: **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.**
- › Bei DIN lang-Formaten wird der Slogan in 3 Zeilen  
untereinander geteilt.

**URSPRUNG.  
GEIST.  
ENTFALTUNG.**

Logo -  
Höhe x 1,5



Rückseite



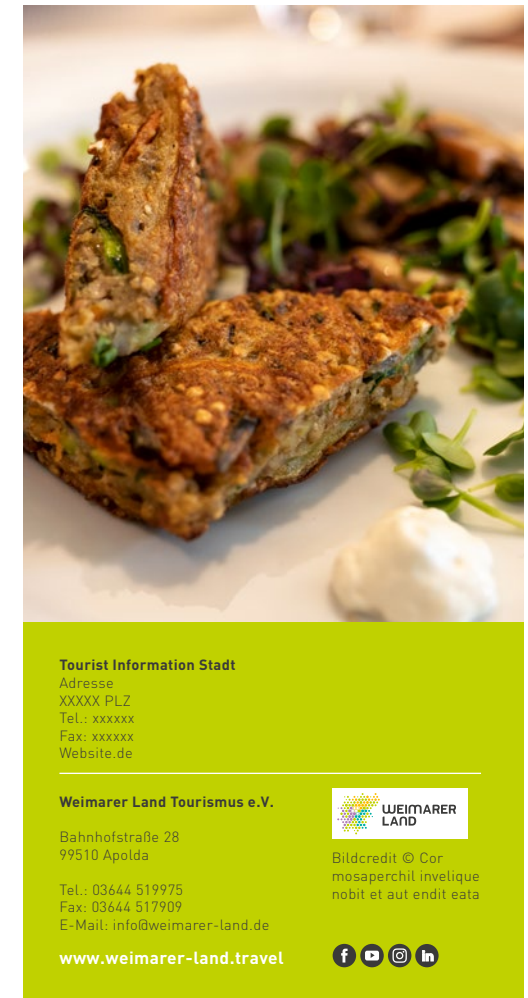


## 2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

# Flyer

STANDARD-FLYER  
FORMAT: DIN LANG

BEISPIEL



# Flyer / Rollup

### SONDERFLYER FORMAT: DIN LANG

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

Rollups lehnen sich in der Gestaltung an die Vorderseite des Flyers an.

#### **ANMERKUNG:**

- › Das einfarbige Logo Weimarer Land wird hier oben zentriert, auf abgedunkelten Bildflächen platziert. Im Hintergrund sitzt ein einzelnes ganzseitiges Bildmotiv.
- › Headline im oberen Bereich – das Ungewöhnliche betonend, Neugier weckend, Vielfalt darstellend.
- › Waben können als Gestaltungselement im Hintergrund eingesetzt werden.
- › Das Logo Thüringen entdecken erscheint hier nicht auf der Titelseite, sondern auf der Rückseite im Abspann, um die gesamte Gestaltung harmonisch zu halten.



Vorderseite des Flyers/Banner



Rückseite des Flyers

# Flyer / Rollup

**SONDERFLYER**  
**FORMAT: DIN LANG**

### BEISPIEL

Flyer für temporäre Veranstaltungen oder Banner für auf einer Präsentation zu einem bestimmten Thema.



# Flyer – Titellentwurf

VERANSTALTUNGSFLYER  
FORMAT: DIN LANG

BEISPIEL



# KOOPERATIONSFLYER

## GESTALTUNGSEMPFEHLUNG FÜR TITEL ZU PRODUKTEN UND EINRICHTUNGEN AUS DEM/IM WEIMARER LAND

Ziel ist, dass alle Einrichtungen und Produkte sich mit der Region Weimarer Land identifizieren und wir geschlossen und gemeinsam als eine Region in Thüringen verortet werden können. Durch das Logo „Weimarer Land“ ist es unseren Gästen auch leicht möglich eine geografische Einordnung zu finden. Alle Flyer zum Themenfeld Kultur und Tourismus sollten sich durch folgende Eigenschaften zusammen bringen lassen:

**Farbauswahl** unterliegt dem CD Handbuch des Landkreises und des Weimarer Land Tourismuses.

**Schriftarten** und Schriftgrößen sind im CD Handbuch hinterlegt.

Einheitliche Höhe der **Bilder**. Titel wird auf dem Bild platziert.

Flyermotiv wird durch das jeweilige Produkt, Museum oder den Erlebnisort bestimmt.



**Logos** werden in einem weißen Bereich oberhalb des Bildes platziert. Kopfzeile hat immer die gleiche Höhe. Links oben: Logo Weimarer Land, Rechts oben: Logo des Produktes.

Es wird empfohlen, das Logo des Weimarer Landes als Qualitätsmarke auf dem Printprodukt zu platzieren, um die Produktmarke zusätzlich aufzuwerten.

Auf der Fußzeile rechts unten ist das Logo „Thüringen entdecken“ platziert. Größe des Logos ist durch das CD Handbuch festgelegt.

# Broschüren (Fachpublikationen)

### FORMAT: DIN A4 HOCH

z.B: Kommunikationskonzept, Akquisebroschüre

#### ANMERKUNG:

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

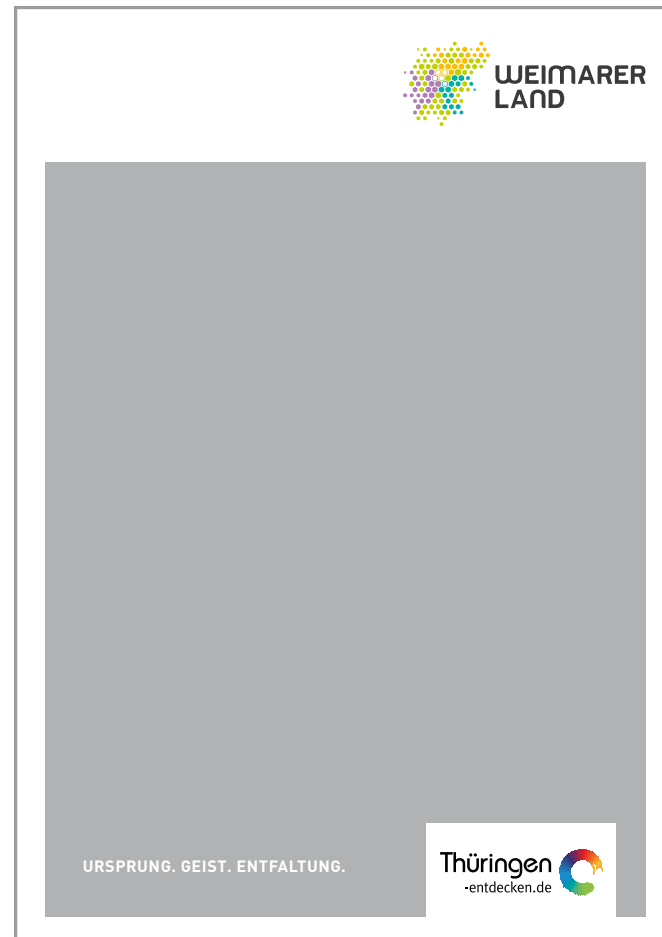
in Weiß

URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG

oder 90% Schwarz

URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.

Logo-Höhe x 1,5



### BEISPIEL

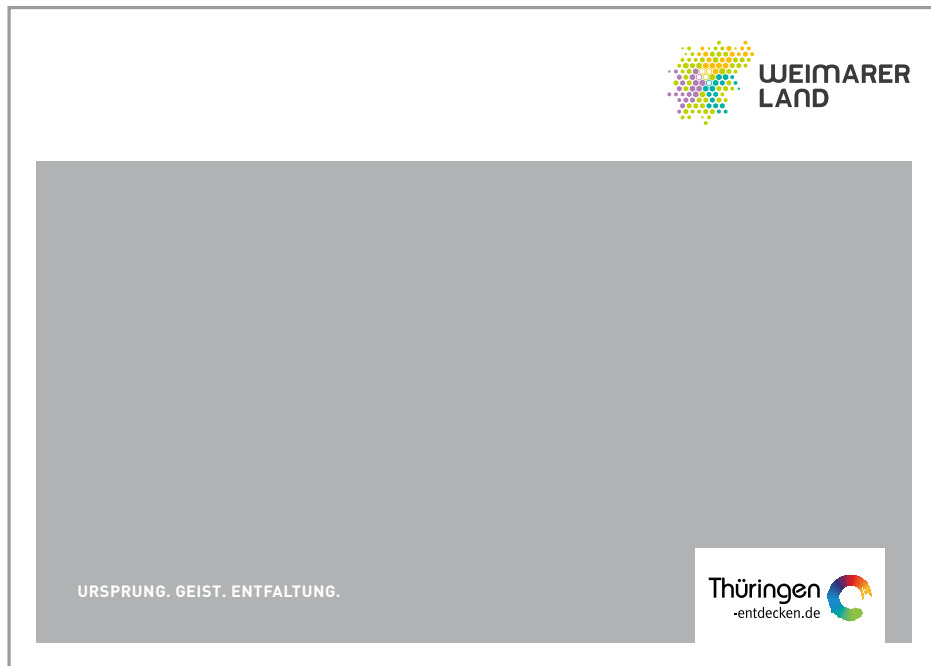


# Broschüren (Fachpublikationen)

### FORMAT: DIN A4 QUER

z. B.: Kommunikationskonzept, Akquisebroschüre

Logo-Höhe x 1,5



### BEISPIEL





# Broschüre Image + Presse

FORMAT: DIN A4



**BEISPIEL:**  
**DIGITALE PRESSEMAPPE 2025/2026**

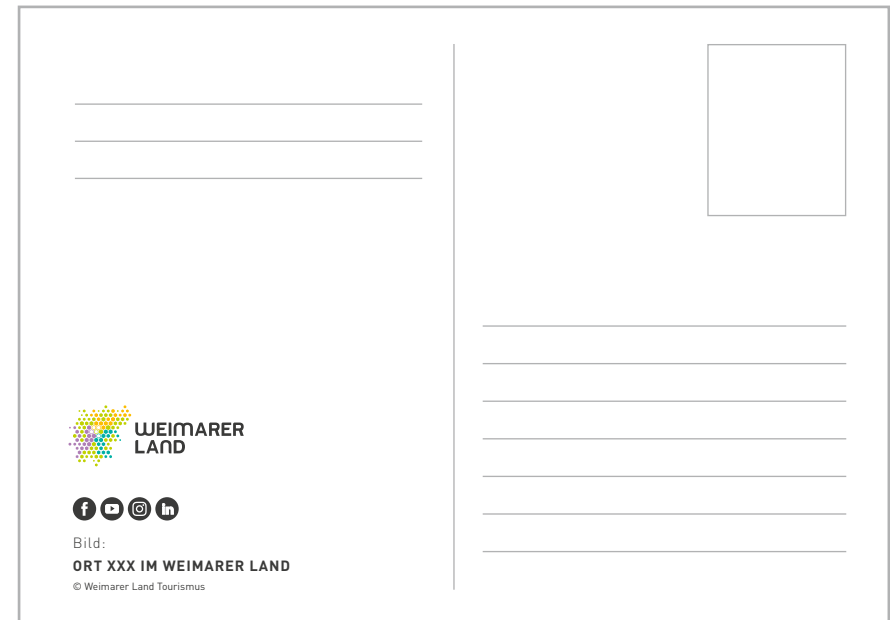


# Postkarten

**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

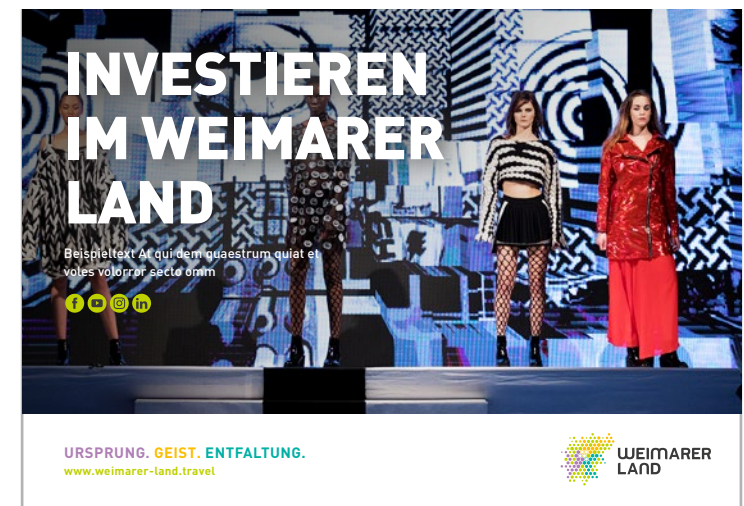
#### HOCHFORMAT



### BEISPIEL



#### QUERFORMAT



# Infotafeln

### SCHRIFTART

Verwendet wird die Schriftart DINPro Light  
siehe TYPOGRAFIE und  
SCHRIFTGRÖSSENDEFINITION im  
BASISHANDBUCH auf Seite 20-25

### FARBEN

Verwendet werden die CD Farben  
des Weimarer Landes.  
Siehe FARBDEFINITIONEN im  
BASISHANDBUCH auf Seite 18-19

### LOGO

Das Logo des Weimarer Landes wird unten  
rechts auf der Tafel platziert.  
ANWENDUNGSBEISPIELE im BASISHANDBUCH  
für das Logo auf Seite 15-16

### WEITERE VORGABEN

- › Angabe Fördermittelgeber, sofern vorhanden
- › Angabe der Foto-/ Bildnachweise bzw. Bildrechte  
(nur Bilder verwenden, bei denen Sie die Bildrechte  
oder Nutzungsrechte haben)
- › Bilder sollen eine hohe Auflösung haben, mind. 300 dpi
- › Angabe der Kontaktinfos

### Schrift

DINPro Light  
*DINPro Italic*

DINPro Medium  
*DINPro Medium Italic*

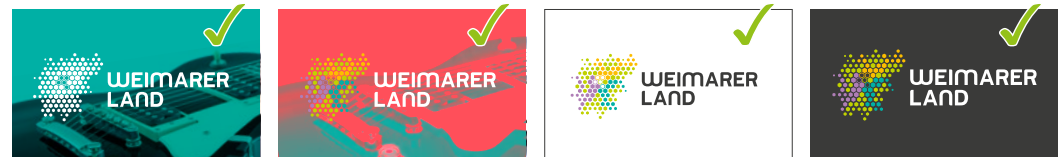
DINPro Bold

DINPro Black

### Farben

WEIMARER LAND	VERBINDUNG	STABILITÄT	URSPRUNG	GEIST	ENTFALTUNG
RGB 194 / 207 / 0 Hexadezimal #c2c100	RGB 116 / 115 / 136 Hexadezimal #747398	RGB 51 / 51 / 51 Hexadezimal #333333	RGB 175 / 127 / 182 Hexadezimal #af7fb6	RGB 252 / 189 / 0 Hexadezimal #fcd000	RGB 55 / 162 / 165 Hexadezimal #37a2a5

### Logo



# Infotafeln

## BEISPIEL

### ÜBERSCHRIFT



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.



Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Sonstige Informationen oder Logos

Kontakt, Adressen, Bildnachweise, etc.

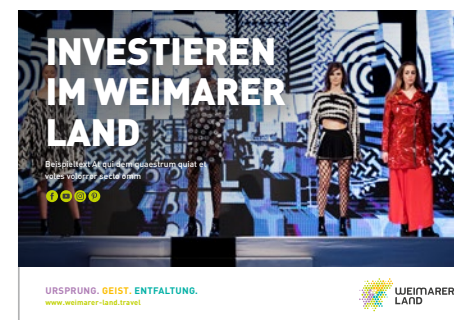
LEADER-Förderhinweis, wenn notwendig



← Unten rechts wird das Weimarer Land Logo platziert.



# Übersicht Designbeispiele Druckpublikationen

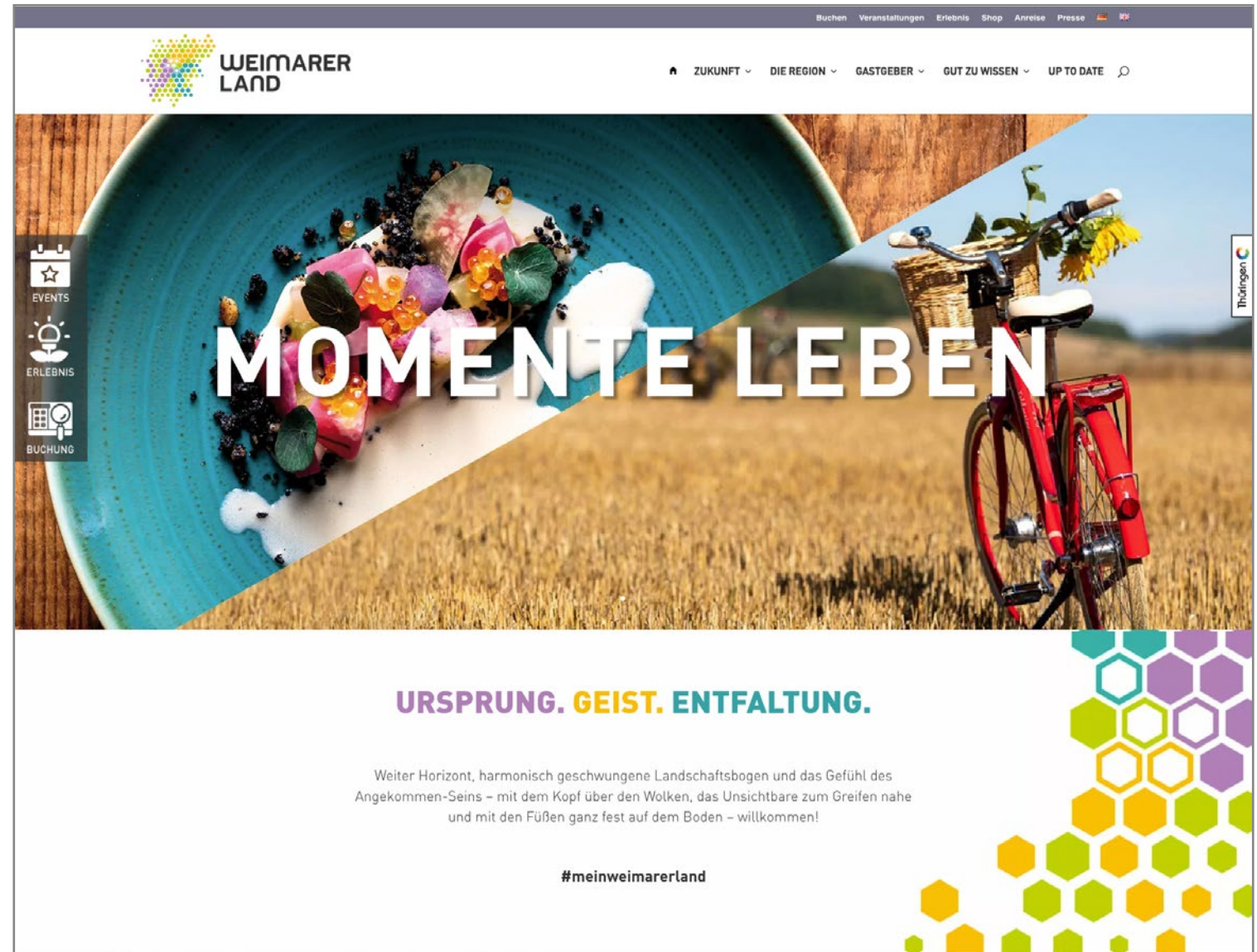




# **3** Designvorlage für Online-Publikationen



## 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

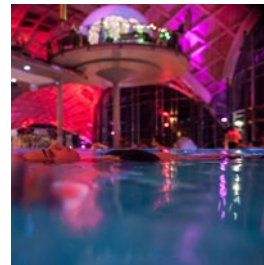
### ANMERKUNG:

- › 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

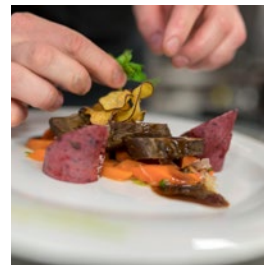
**Nicht das einzelne Bild zählt, sondern dessen Wirkung in der Gesamtheit**



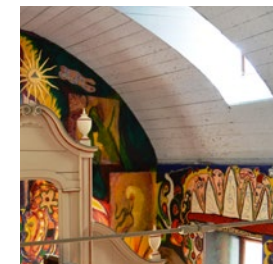
Weihnachten im Weimarer Land



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 17)

Beispiele:

Bäume, Wald = Frische / Natur > Grün

Historisches = Geist > Gelb

## WEIMARER LAND

Identität  
Frische / Natur  
Wachstum  
Vitalität  
Stabilität von Körper  
und Geist



## URSPRUNG

Feinsinn  
Geistige Tiefe  
Blüte / Schönheit  
Leidenschaft  
Inspiration  
Selbstbestimmung



## VERBINDUNG

Eleganz  
verbindend  
Balance schaffend  
Konzentration  
Klarheit



## GEIST

Licht  
Geist  
Wärme / Sonne  
Reife / Gedeihen  
Leichtigkeit  
Aktivität / entfaltend



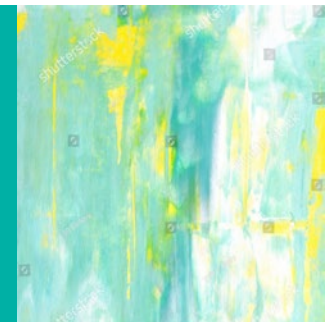
## STABILITÄT

Kontrast  
Eindeutigkeit  
Klarheit  
Verwurzelung  
Brillanz hervorhebend



## ENTFALTUNG

Schöpferkraft  
Selbstbewusstsein  
heitere Freude  
Fröhlichkeit  
künstlerische Freiheit





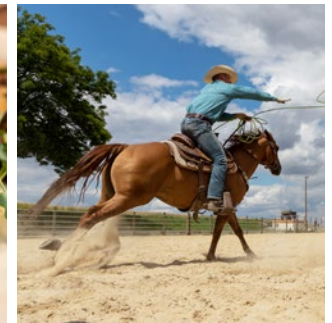
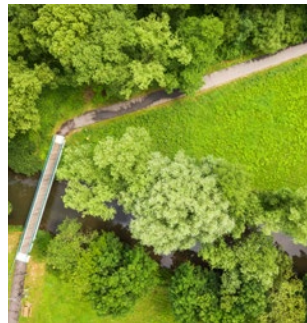
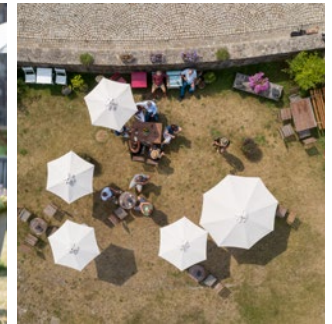
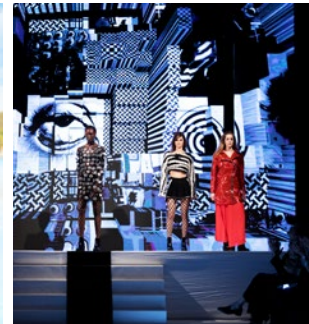
# Facebook / Instagram Bildmotiv

## BEISPIELE

### ANMERKUNG:

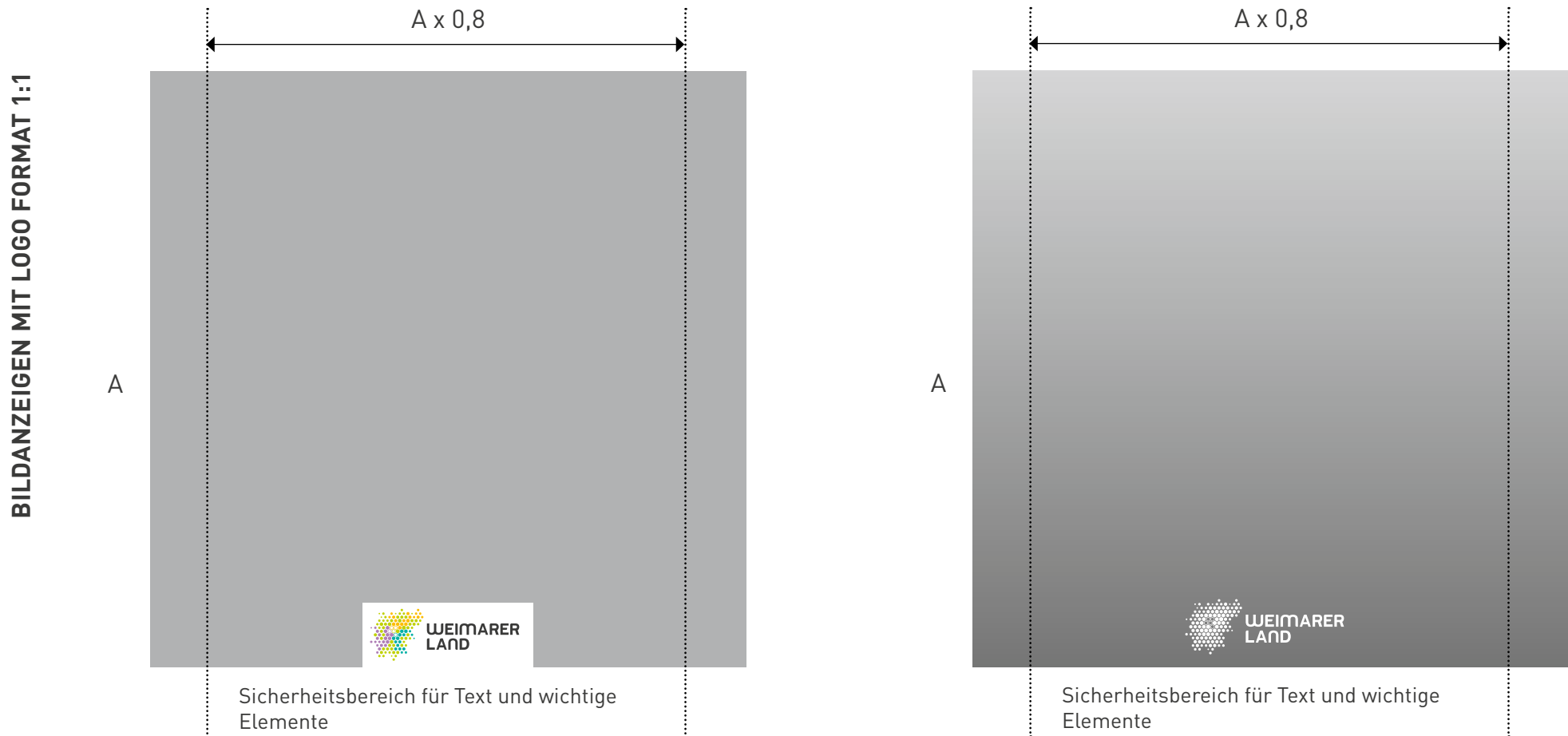
Um die Wirkung zu steigern, bitte Bildmotive auswählen, die

- › 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.



# 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!

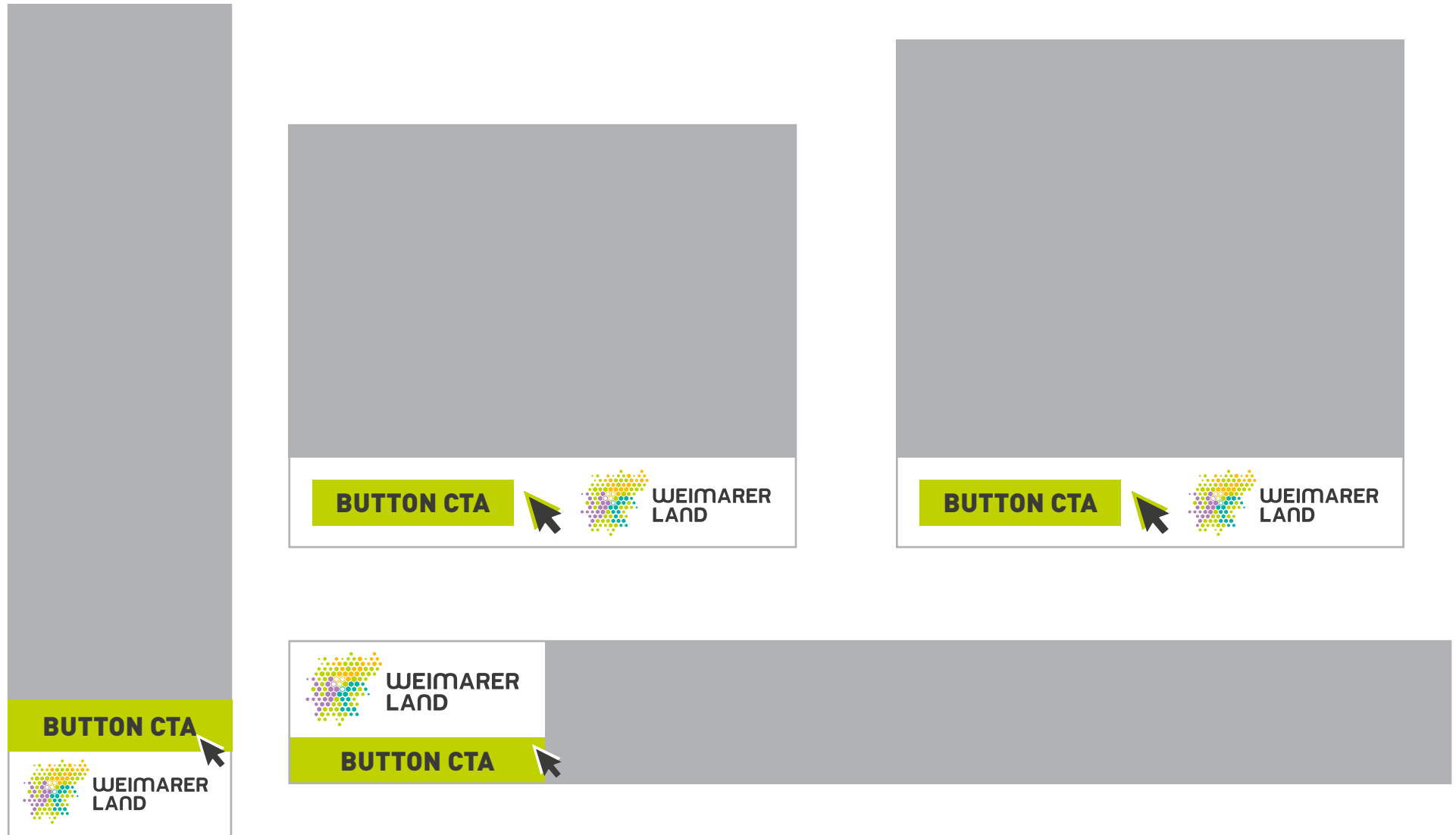
[#meinweimarerland](#)



**Weimarer Land Arrangements**  
[www.weimarer-land.travel](http://www.weimarer-land.travel)

Jetzt buchen

# Google Display Werbung / Banneranzeige

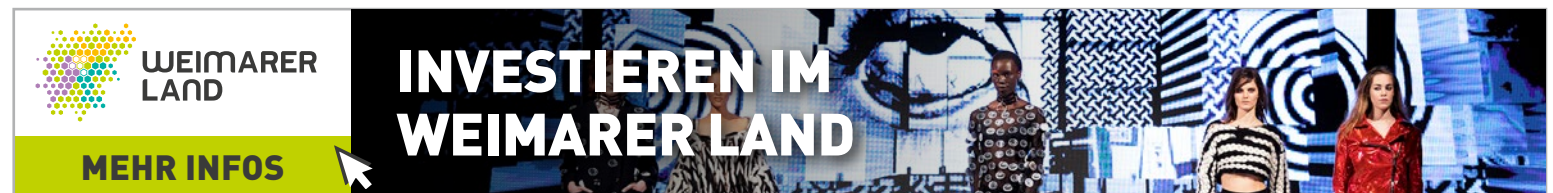




## Google Display Werbung / Banneranzeige

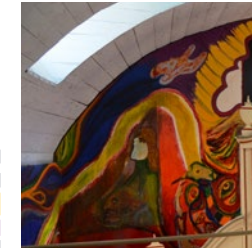
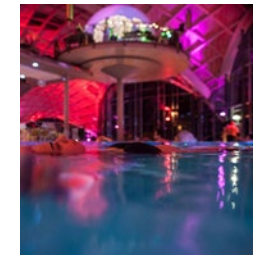


BEISPIEL





# 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](http://www.weimarer-land.travel)

**Heiko Rittweger**  
heiko-rittweger@rittweiger-team.de

RITTWEGER und TEAM GmbH  
Anger 21 / 99084 Erfurt  
Telefon +49 361 550560-0

[www.rittweiger-team.de](http://www.rittweiger-team.de)

---