



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

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.**

1. GRUNDSÄTZE FÜR EIN EINHEITLICHES DESIGNKONZEPT

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 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:



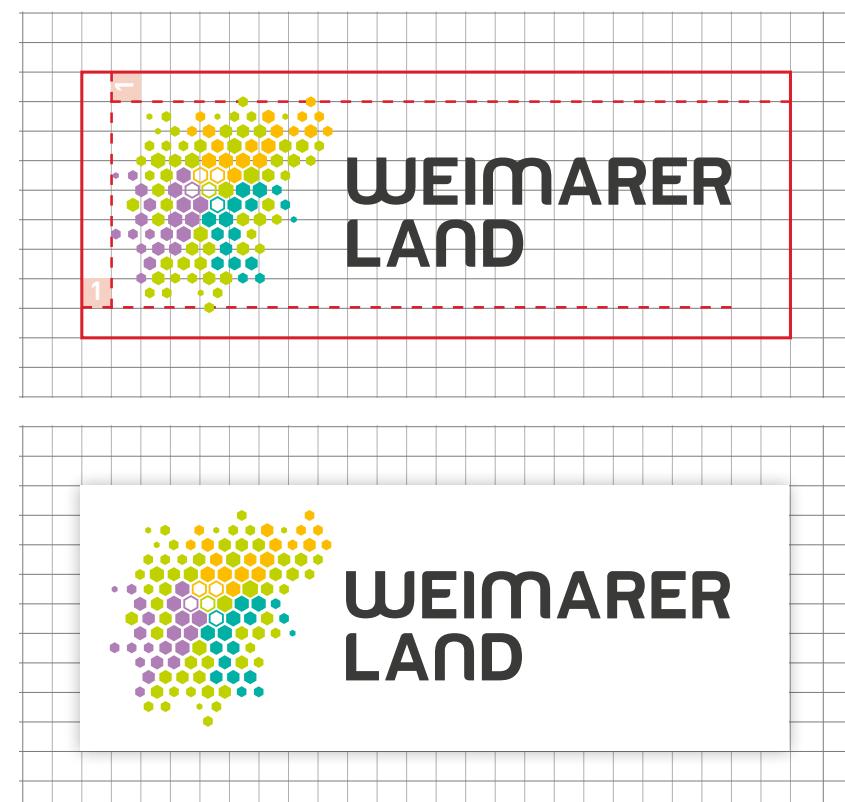
A	B
0,382 oder 38,2%	0,618 oder 61,8%
A+B	

REGEL NR. 2

LOGOANWENDUNG

(Siehe CD-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 sämlichen Medien werden hauptsächlich **NUR** zwei Schriftarten genutzt:
DIN Pro und **WLTPacific**
- › **WLTPacific** 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
- › **WLTPacific** dient als Kennzeichnung von Themen.

BEISPIELTEXT
DIN BLACK *zusatz WLTPacific*

**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.

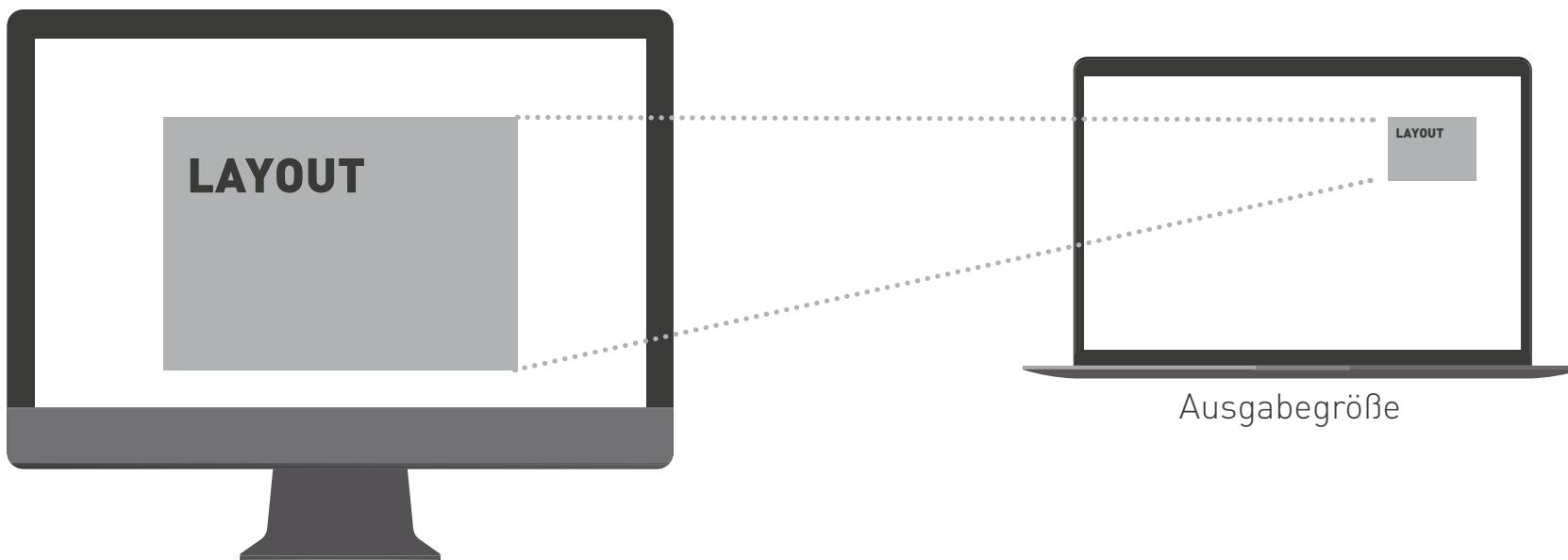
REGEL NR. 5



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



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.

2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

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):

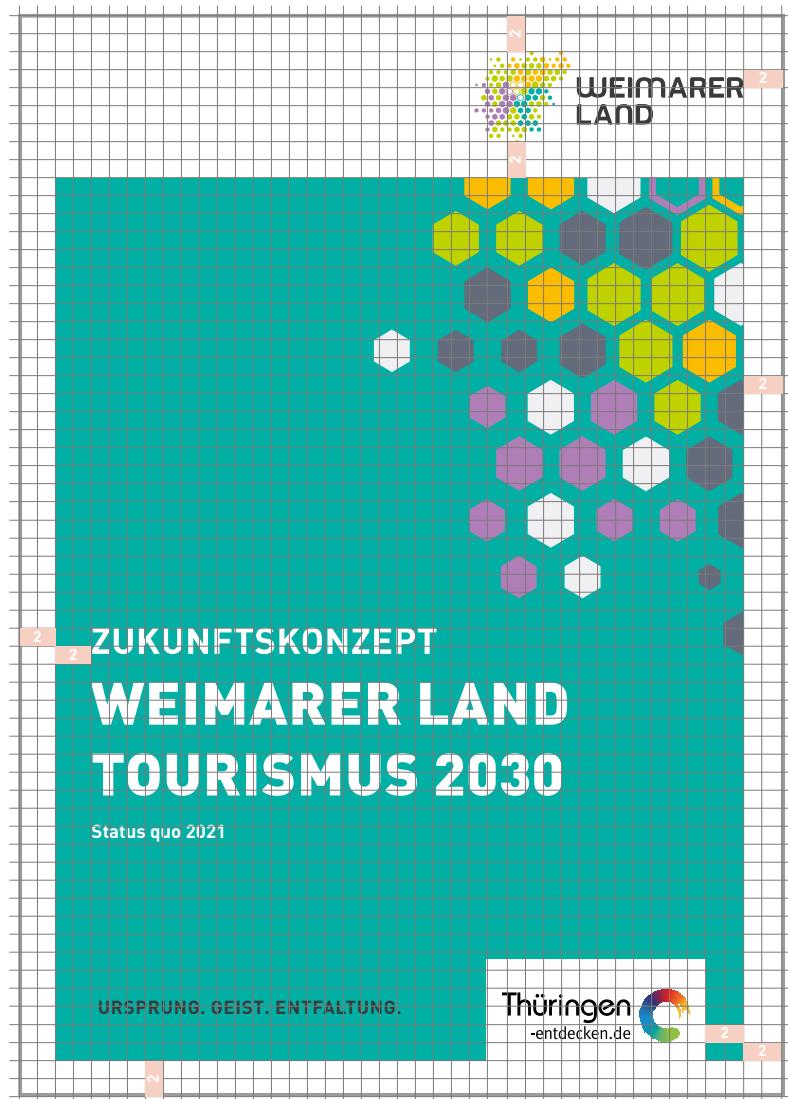
1/42 der kurzen Seite in Millimeter.

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.

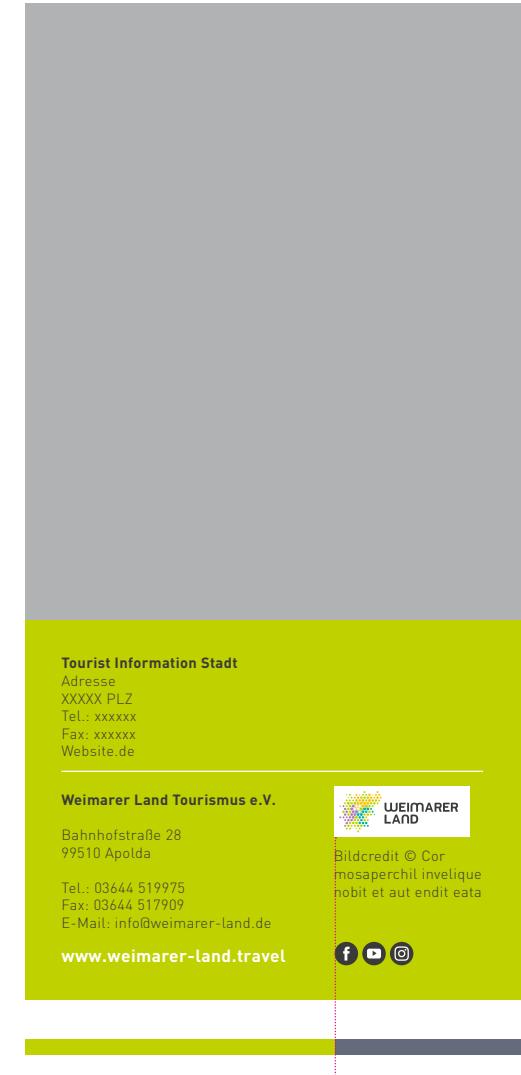
- › Auf Bild- oder Farbflächen in Weiß **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG** oder 90% Schwarz **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG**.
- › Auf weißem Hintergrund in den 3 Farben: **URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG**.
- › Bei DIN lang-Formaten wird der Slogan in 3 Zeilen untereinander geteilt.

**URSPRUNG.
GEIST.
ENTFALTUNG.**

Logo -
Höhe x 1,5



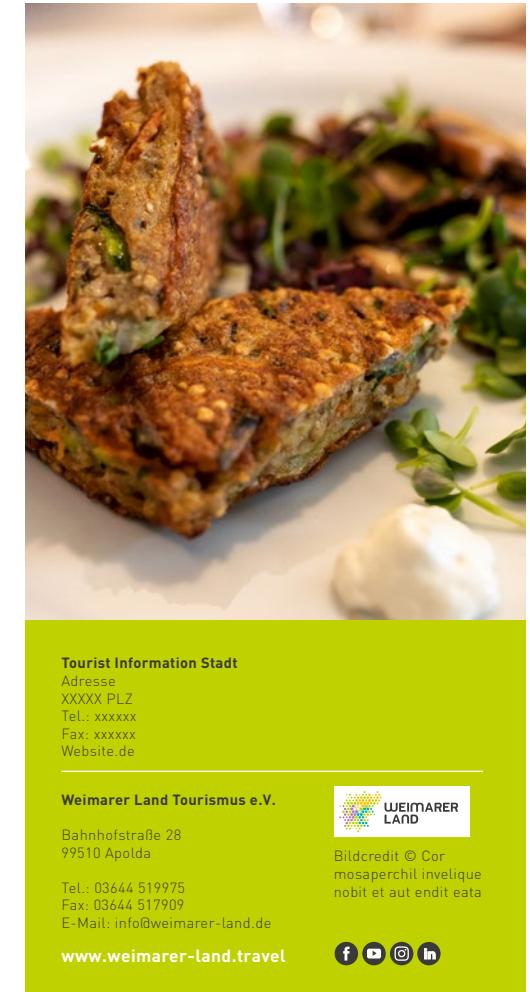
Rückseite



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 betonen, Neugier wecken, 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

2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Flyer / Rollup

SONDERFLYER
FORMAT: DIN LANG

BEISPIEL

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



Flyer – Titelentwurf

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 jeweile 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.

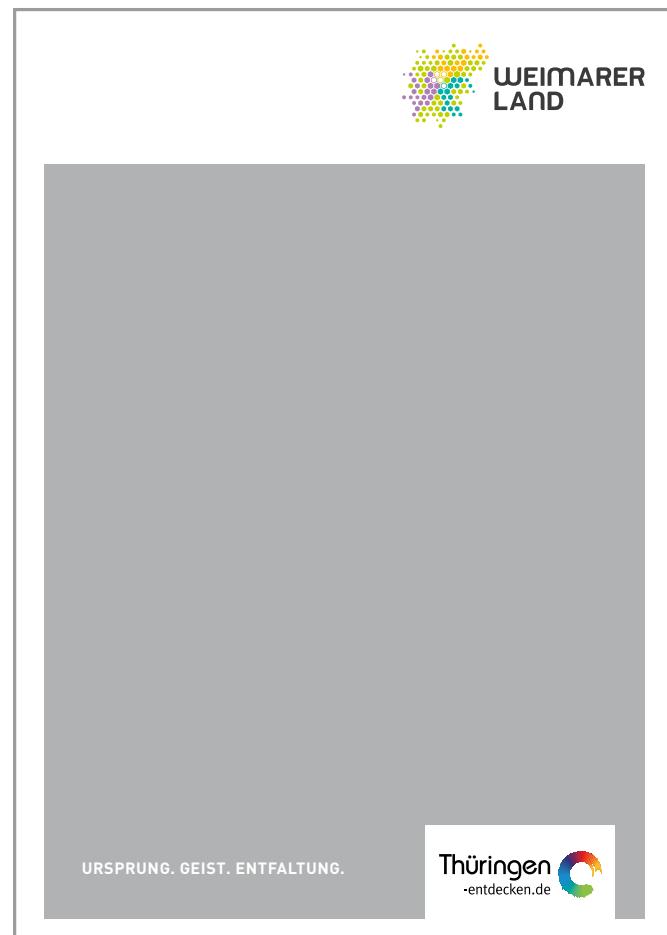
2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Broschüren (Fachpublikationen)

FORMAT: DIN A4 HOCH

z.B: Kommunikationskonzept, Akquisebroschüre

Logo-Höhe x 1,5



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.

BEISPIEL



2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Broschüren (Fachpublikationen)

FORMAT: DIN A4 QUER

z. B.: Kommunikationskonzept, Akquisebroschüre

Logo-Höhe x 1,5



BEISPIEL



2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

Broschüre Image + Presse

FORMAT: DIN A4



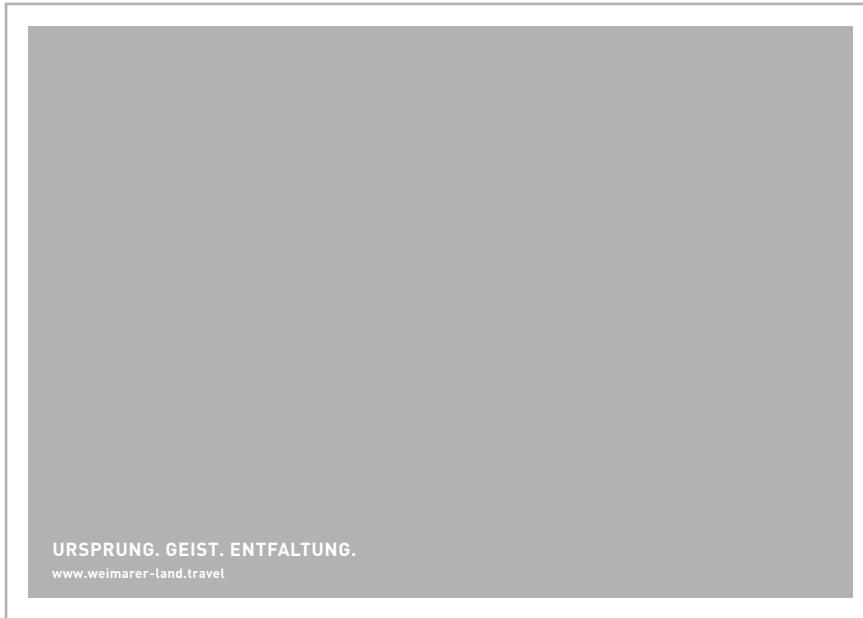
BEISPIEL:
DIGITALE PRESSEMAPPE 2025/2026

2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

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.



2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

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

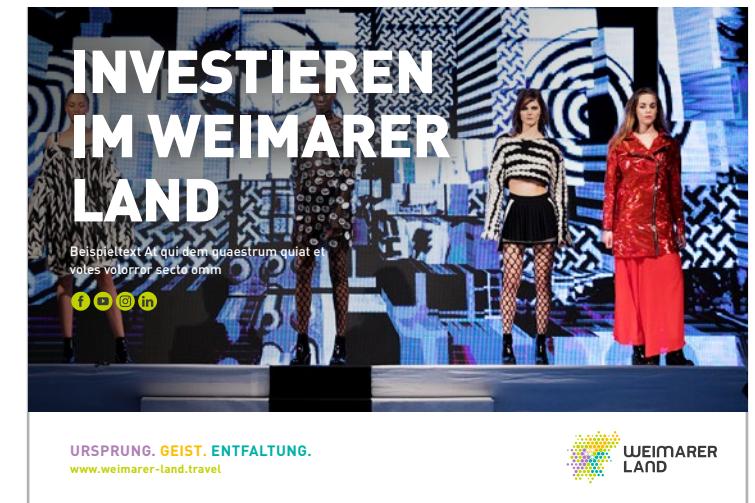
HOCHFORMAT



BEISPIEL



QUERFORMAT



2. DESIGNVORLAGE FÜR DRUCKPUBLIKATIONEN

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

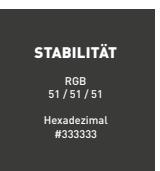
DINPro Medium

DINPro Medium Italic

DINPro Bold

DINPro Black

Farben



Logo



Infotafeln

BEISPIEL

ÜBERSCHRIFT



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, consecetuer adipiscing elit, sed diam nonummy 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, consecetuer adipiscing elit, sed diam nonummy 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

 WEIMARER LAND

Unten rechts wird das Weimarer Land Logo platziert.

Übersicht Designbeispiele Druckpublikationen



3 Designvorlage für Online-Publikationen

3. DESIGNVORLAGE FÜR ONLINE-PUBLIKATIONEN

Website

The screenshot shows the homepage of the Weimarer Land tourism website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Buchen', 'Veranstaltungen', 'Erlebnis', 'Shop', 'Anreise', 'Presse', and language options. Below the navigation is a main banner featuring a photograph of a colorful dessert on a blue plate next to a red bicycle in a field. The text 'MOMENTE LEBEN' is overlaid on the banner. To the left of the banner is a sidebar with icons for 'EVENTS', 'ERLEBNIS', and 'BUCHUNG'. Below the banner, the text 'URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.' is displayed. A hexagonal graphic pattern is visible in the bottom right corner. The footer contains the text '#meinweimarerland'.

WEIMARER LAND

ZUKUNFT · DIE REGION · GASTGEBER · GUT ZU WISSEN · UP TO DATE

MOMENTE LEBEN

URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.

#meinweimarerland

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.
Kunstausstellung
in Matt-Lamb-
Kirche Bergern

Facebook / Instagram Post

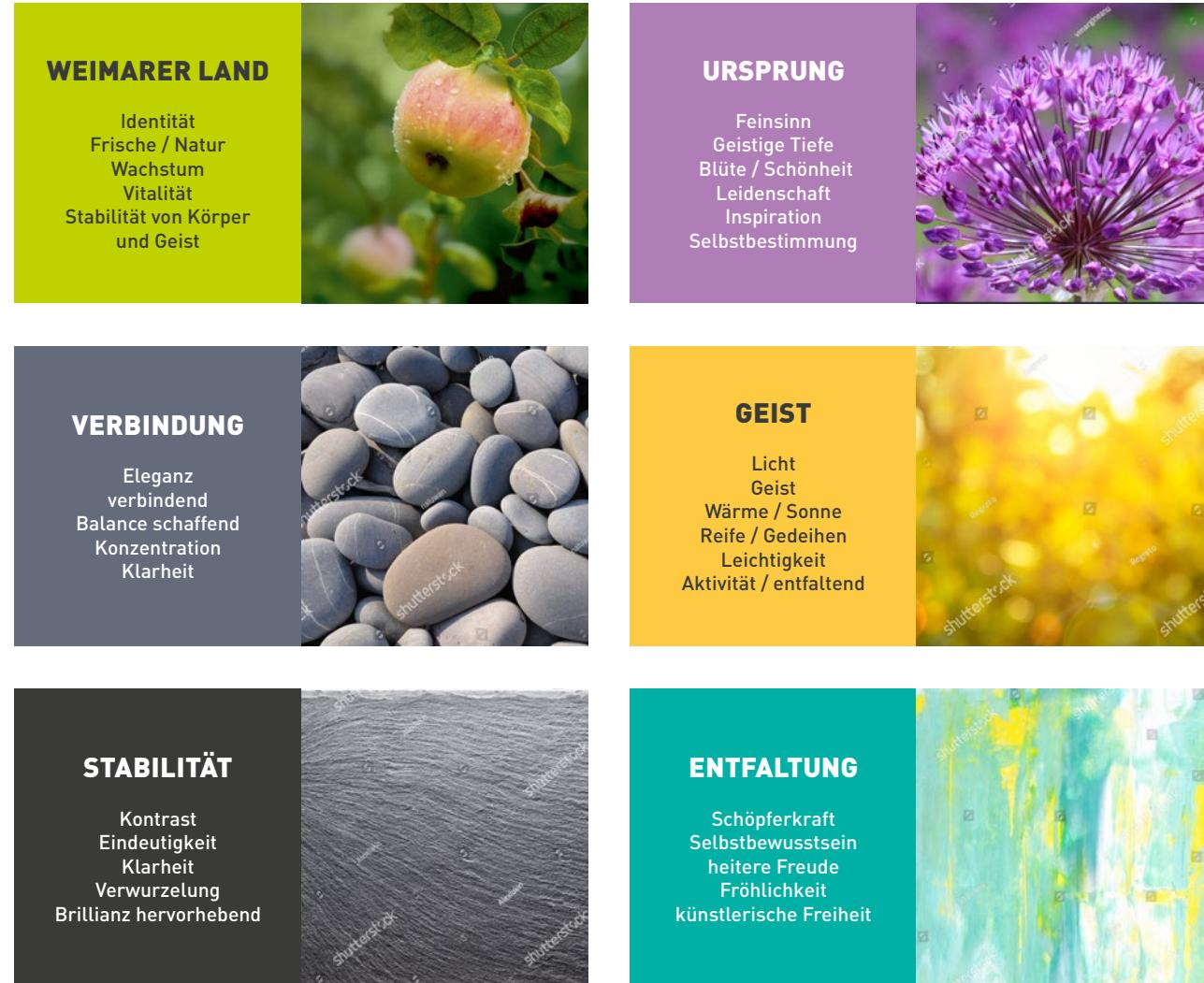
ANMERKUNG:

- › 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



Facebook / Instagram Bildmotiv

BEISPIELE

ANMERKUNG:

Um die Wirkung zu steigern, bitte Bildmotive auswählen, die

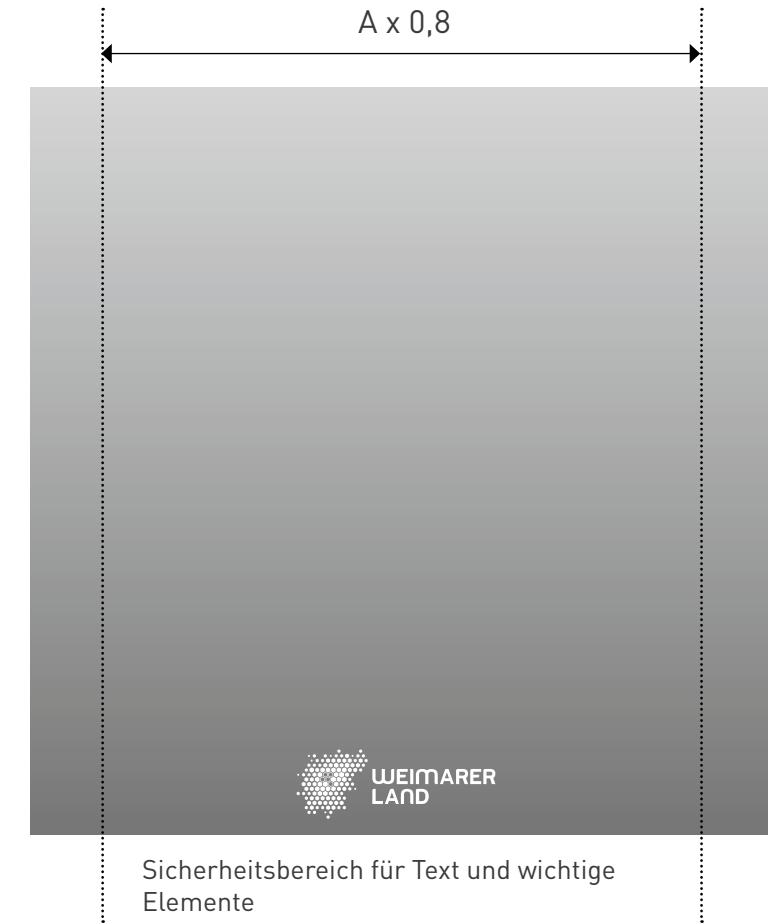
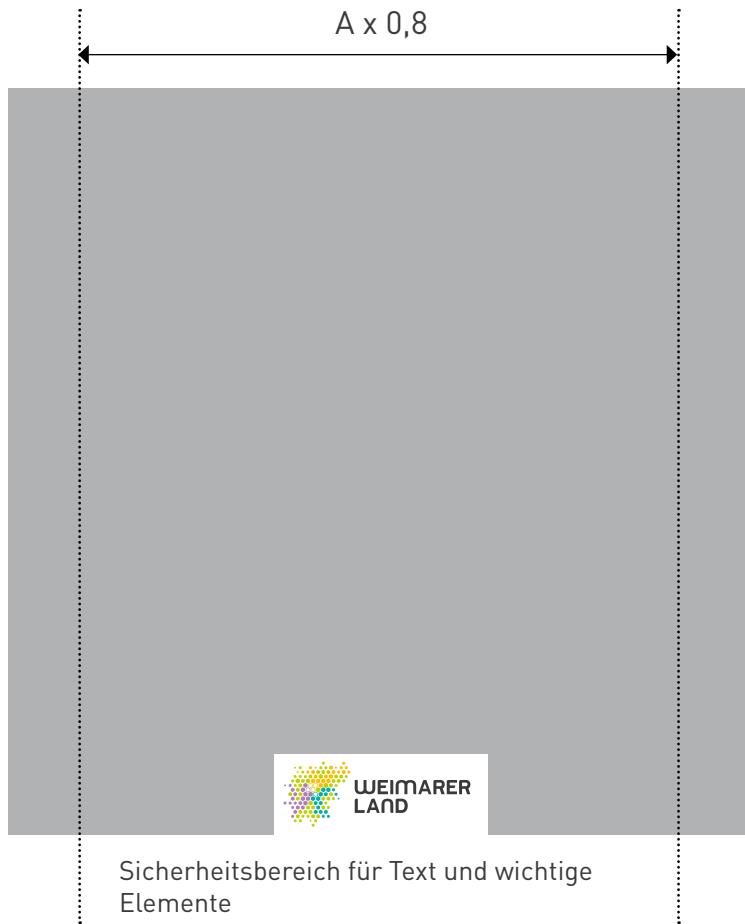
- › Emotionen und Inspiration auslösen,
- › eine Story erzählen,
- › einen Mehrwert erzeugen,
- › einen wichtigen Bezug zum ursprünglichen Charakter des Weimarer Landes schaffen, und
- › einen harmonischen Aufbau (Motivkomposition nach goldener Spirale) haben. (Siehe CD-Handbuch, Seite 23-24)



Facebook / Instagram Anzeigen

Für Anzeigen im Facebook-/Instagram-Feed sind Bilder OHNE LOGO zu empfehlen.
Allerdings wenn das Logo unverzichbar 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.

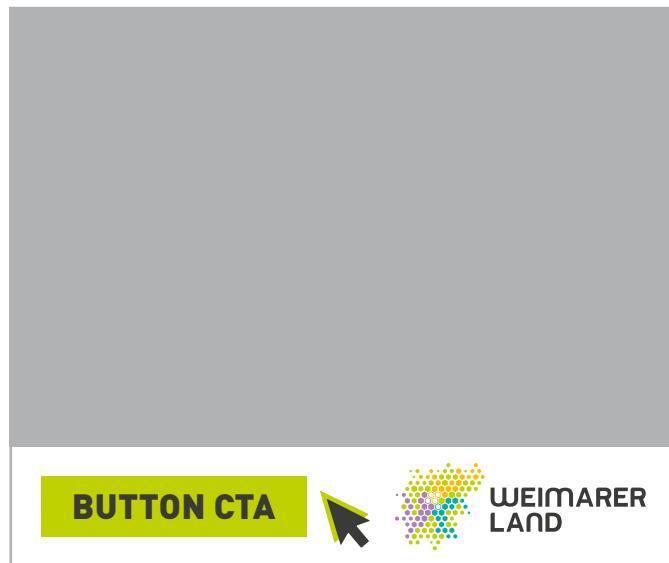
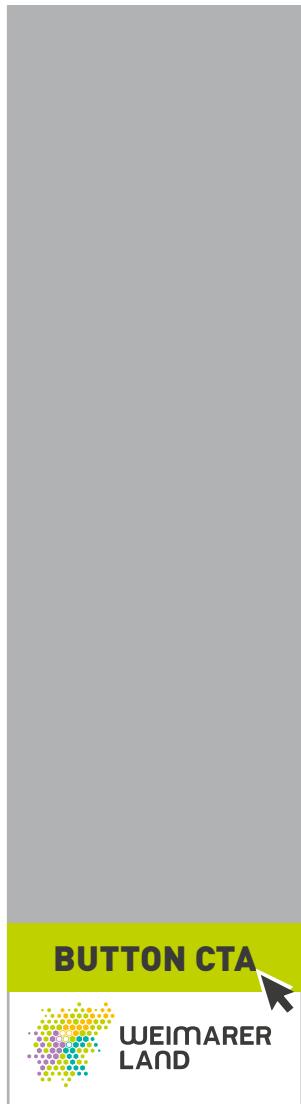
Hier Urlaub machen bedeutet: Schon entspannt anreisen. Entdecken Sie das Weimarer Land, eine außergewöhnliche Urlaubsdestination mit ganz besonderem Charme!

#meinweimarerland

Weimarer Land Arrangements
www.weimarer-land.travel

[Jetzt buchen](#)

Google Display Werbung / Banneranzeige



Google Display Werbung / Banneranzeige



BEISPIEL

INVESTIEREN IM WEIMARER LAND

MEHR INFOS  WEIMARER LAND

This is a Google Display Ad example. It features three models on a runway against a backdrop of abstract blue and white geometric patterns. The central text "INVESTIEREN IM WEIMARER LAND" is overlaid on the image. Below the text are two call-to-action buttons: a yellow "MEHR INFOS" button with a mouse cursor icon pointing to it, and the "WEIMARER LAND" logo.

INVESTIEREN IM WEIMARER LAND

MEHR INFOS  WEIMARER LAND

This is a Google Display Ad example. It features three models on a runway against a backdrop of abstract blue and white geometric patterns. The central text "INVESTIEREN IM WEIMARER LAND" is overlaid on the image. Below the text are two call-to-action buttons: a yellow "MEHR INFOS" button with a mouse cursor icon pointing to it, and the "WEIMARER LAND" logo.

INVESTIEREN IM WEIMARER LAND

MEHR INFOS 

This is a larger Google Display Ad banner. It features three models on a runway against a backdrop of abstract blue and white geometric patterns. The central text "INVESTIEREN IM WEIMARER LAND" is overlaid on the image. Below the text are two call-to-action buttons: a yellow "MEHR INFOS" button with a mouse cursor icon pointing to it, and the "WEIMARER LAND" logo.

Übersicht Designbeispiele Online-Publikationen



WEIMARER LAND

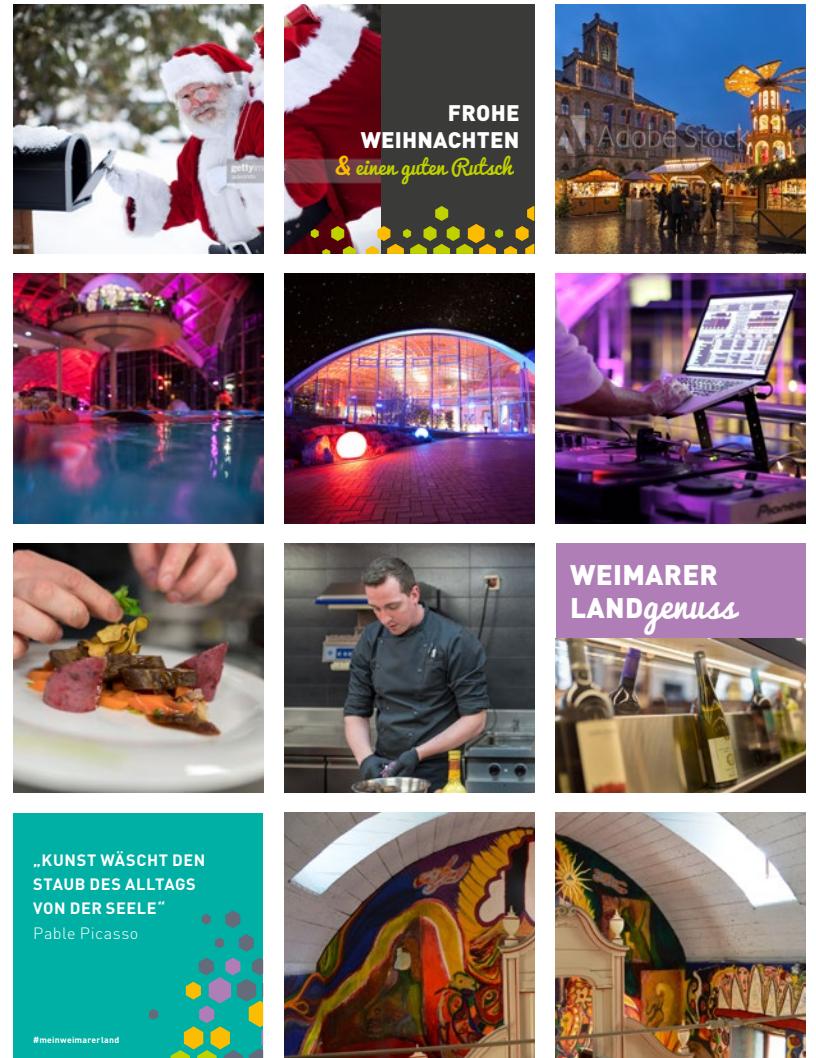
ZUKUNFT • COMMUNITY • DIE REDON • GASTGEBER • SIE ZU WISSEN • UP TO DATE

MOMENTE
HÖCHSTER ANZIEHUNGSKRAFT

URSPRUNG. GEIST. ENTFALTUNG.

Weiter Horizont, harmonisch geschwungene Landschaftsbogen und das Gefühl des Angekommen-Sens – mit dem Kopf über den Wolken, das Unsichtbare zum Greifen nahe und mit den Füßen ganz fest auf dem Boden – willkommen!

#meinweimarerland





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@rittweger-team.de

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

www.rittweger-team.de