



www.schorfheide.de

STYLEBOOK

Ein Leitfaden zur Gestaltung von Medien und Präsentationen für ein einheitliches Erscheinungsbild
Für Teilnehmer der Kampagne »Schorfheide. Naturreich,-« mit den besten Wünschen für ein gutes Gelingen

Rein ins Vergnügen Natur!

Die Schorfheide, Europas größter Wald.
Einen Steinwurf von Berlin entfernt.

Inhalt

3	Die Marke
3	Anwendung der Marke
7	Größen der Marke
11	Die Typographie
11	Schriftmuster
12	Anwendung der Typographie
13	Die Farben
14	Farbprofil der Kampagne
16	Schmuckfarben und zusätzliche Farbprofile
17	Die Medien
18	Die Medienformate
18	Das Papier

Herausgeber

Gemeinde Schorfheide · Hauptamt/Tourismus

Ansprechpartnerin: Anke Bielig

Erzbergerplatz 1 · D-16244 Schorfheide

Telefon +49-33 35-453 433

Fax +49-33 35-453 435

E-Mail: a.bielig@gemeinde-schorfheide.de

www.schorfheide.de

Verfasser

Rafalski Medien & Beratung

Telefon (0 33 34) 28 67 05

E-Mail: rafalski@telta.de

Downloads

Die Marke »Schorfheide. Naturreich,« liegt in unterschiedlichen Dateiformaten und Größen unter

www.schorfheide.de/presse zum Herunterladen vor. Es ist nicht gestattet, andere Dateien der Marke zu verwenden bzw. in Umlauf zu bringen. Dies gilt insbesondere für Pixeldateien, wie GIFs, JPEGs oder TIFFs.

Die Marke »Schorfheide. Naturreich,« ist markenrechtlich geschützt. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Frau Bielig (Kontakt siehe oben).

Die Marke

Die Marke ist das tragende Element der Imagekampagne »Schorfheide. Naturreich,-« des Reisegebietes Schorfheide. Das Reisegebiet Schorfheide ist eine touristische Destination, die auf freiwilligem Zusammenschluß von Gemeinden, Ämtern sowie touristischen Anbietern der Region Schorfheide basiert. Das Reisegebiet Schorfheide entspricht nicht den geographischen Grenzen der Landschaft Schorfheide, sondern definiert sich per Identifizierung von Verwaltungen und Anbietern der Region mit dem Begriff »Schorfheide«.

Die Marke setzt sich zusammen aus einer Wort- und einer Bildmarke, die gemeinsam eine unveränderliche Einheit bilden. Die Marke »Schorfheide. Naturreich,-« dient in der Anwendung der einwandfreien Identifikation von touristischen und tourismusrelevanten Medien und Inhalten des Reisegebietes Schorfheide in sämtlichen Bereichen von Kommunikation. Die Bildmarke besitzt eine einem Preisetikett nahe Form und steht damit in direktem Bezug zum Claim der Kampagne »Naturreich,-«. Die a priori wertfreie Form der Bildmarke soll bei Gewährleistung eines hohen Wiedererkennungswertes den universellen Einsatz der Marke im Sinne der Inhalte und Produkte aus Tourismus und tourismusnahen Bereichen des Reisegebietes Schorfheide ermöglichen. Die Marke drückt in ihrer grünen Farbe den Naturbezug der beworbenen Region sowie ihrer touristischen und tourismusnahen Inhalte aus. Die Marke »Schorfheide. Naturreich,-« unterliegt markenrechtlichem Schutz. Alle Einwohner und Freunde der Schorfheide sind aufgerufen, die Imagekampagne durch den Einsatz der Marke zu unterstützen. Das Recht zu Nutzung, Tragen und Einsatz der Marke »Schorfheide. Naturreich,-« bedarf allerdings der Gestattung der Abteilung Tourismus im Hauptamt der Gemeinde Schorfheide.

Anwendung der Marke

Die Form der Marke ist so gewählt, daß ihrer Anwendung praktisch keine Grenzen gesetzt sind. Wesentliche Grundregel für die Anwendung: gedruckt wird die Marke immer um 7,5° gegen den Uhrzeigersinn gedreht, also nach rechts oben weisend, geklebt sollte sie immer in gleicher Weise angeschrägt stehen. Die Marke muß in klarer visueller Trennung von anderen Marken, Textobjekten bzw. grafischen Elementen angewandt werden.

Die Marke liegt in zwei Versionen vor, die sich durch den Zusatz der Internetadresse sowie den Schlagschatten unterscheiden. Die Originalversion liegt ohne integrierten Zusatz der Internetadresse, aber mit Schlagschatten zur Anwendung in sämtlichen digitalen und Printmedien vor. Die Internetadresse kann bei Bedarf unter der Marke aufgeführt werden, z. B. in Medien, in denen die Marke als Imprint fungiert. In gestanzter Form, z. B. zur Anwendung als Aufkleber, ist die Internetadresse integriert, fehlt jedoch der Schlagschatten. Auf Titeln von Medien erscheint die Marke immer mit Schlagschatten. Der Schlagschatten wird nicht willkürlich erstellt, sondern nach einer festgelegten, weiter unten beschriebenen Regel.

Der Marke wird für die Formate der Anwendungen eine festgelegte Größe und Positionierung zugewiesen; Größe und Positionierung verändern sich zu Größe und Format des Mediums. Die Marke wird nur proportional vergrößert oder verkleinert. Wort- und Bildmarke dürfen niemals getrennt werden. Die Marke darf in ihrer Gesamtheit oder in ihren Bestandteilen weder verzerrt noch anders gedreht werden als 7,5° gegen den Uhrzeigersinn, noch in Form, Schrift oder Farbe verfremdet. Die Marke darf nie so klein abgebildet werden, daß die Wortmarke oder die integrierte Internetadresse nicht mehr lesbar sind. Die Marke ist klar getrennt von anderen Logos abzubilden. Die Marke darf nicht im Anschnitt angewandt werden. Für die Positionierung der Marke gilt generell: im rechten oberen Viertel des Mediums (abgesehen von Imprints in Fremdmedien).



Anwendung der Marke auf allen Titeln digitaler und Printmedien der Kampagne, auf Roll-up's, Großformatdrucken und Fahnen sowie Briefbögen und Visitenkarten

Marke ohne Zusatz der Internetadresse mit Schlagschatten, gedreht um 7,5° gegen den Uhrzeigersinn

Anwendung vor weißem und farbigem Grund ebenso wie vor Bildern möglich

Bei Anwendungen vor farbigen Gründen nur vor Farben des Farbprofils der Kampagne »Schorfheide. Naturreich,-«, niemals Farben wie Magenta, Pink, Cyan, Violett, Rot etc.



Anwendung der Marke wie vor, jedoch ohne Schlagschatten, wenn Größe, Hintergrund oder Druckverfahren diesen nicht ermöglichen (z. B. Folienbeschriftungen)



Anwendung der Marke als Imprint in Fremdmedien und auf textilen Medien wie T-Shirts

Marke mit Zusatz der Internetadresse, aber ohne Schlagschatten, gedreht um 7,5° gegen den Uhrzeigersinn

Marke und Zusatz der Internetadresse stehen immer im unveränderlichen Verhältnis zueinander

Minimale Breite der Marke (im ungekippten Zustand) als Imprint: 20 mm

Anwendung ausschließlich vor weißem Grund



Anwendung der Marke auf allen gestanzten Medien, wie Brief- und Autoaufkleber

Marke mit integriertem Zusatz der Internetadresse, aber ohne Schlagschatten, gedreht um ca. 7,5° gegen den Uhrzeigersinn

Marke und Zusatz der Internetadresse stehen immer im unveränderlichen Verhältnis zueinander

Minimale Breite der Marke (im ungekippten Zustand) als Briefaufkleber:

36 mm

Anwendung als Aufkleber auf Briefumschlägen, Briefkorrespondenz, regionalen Produkten, Fahrzeugen

Für sämtliche Anwendungen finden Sie unter www.schorfheide.de/presse Musterdateien als Download.



Umriss der Marke inkl. des verdeckten Schattenobjektes



Herstellung des Schlagschattens mit Hilfe des Schattenobjekt



Marke mit Schlagschatten

Erstellung eines Schlagschattens

Der Schlagschatten ist ein Effekt der Adobe Software-Produkte InDesign, Illustrator und Photoshop. Der Schlagschatten muß je nach Anwendung individuell generiert werden. Zu diesem Zweck liegt in der InDesign-Version der Marke verdeckt hinter der grünen Bildmarke das Ausgangsobjekt zur Erstellung des Schlagschattens. Das Schattenobjekt ist um 3 % verkleinert und um 1° im Uhrzeigersinn gedreht gegenüber der grünen Bildmarke. Die Farbfüllung des Schattenobjekts beträgt für den Vierfarbdruck (CMYK) 95 % Cyan / 85 % Magenta / 85 % Gelb / 95 % Schwarz (HKS 90). Die Intensität des Schattens ist abhängig von Farbdichte und Unruhe des Hintergrundes und muß individuell der jeweiligen Anwendung angepaßt werden, die Größe muß rational im Verhältnis zum nebenstehenden Original errechnet werden.

Beispiel

Eingabe für den Schlagschatten der Marke (links) im Format 46,5 mm Breite x 28,5 mm Höhe (im ungeschrägten Zustand):

Multiplizieren mit

60 % Deckkraft (für weißen Grund)

0,5 mm horizontaler Verschiebung

0,5 mm vertikaler Verschiebung

0,75 mm Weichzeichnen

Umrechnungsbeispiel

Für ein um 70 % verkleinertes Objekt (32,55 x 19,95 mm) ergäben sich somit:

Multiplizieren mit

60 % Deckkraft (unveränderlich für weißen Grund)

0,35 mm horizontaler Verschiebung

0,35 mm vertikaler Verschiebung

0,525 mm Weichzeichnen



**Versionen der Marke zur Anwendung in Schwarz-Weiß-Medien,
wie Tageszeitungen**

Marke ohne Zusatz der Internetadresse mit Schlagschatten, gedreht um 7,5° gegen den Uhrzeigersinn

Anwendung ausschließlich vor weißem Grund

Schlagschatten mit 80 % Deckkraft



**Anwendung der Marke wie vor, jedoch ohne Schlagschatten,
wenn Größe, Hintergrund oder Druckverfahren diesen nicht
ermöglichen**

Anwendung der Marke als Imprint in Fremdmedien

Marke mit Zusatz der Internetadresse, aber ohne Schlagschatten,
gedreht um 7,5° gegen den Uhrzeigersinn

Marke und Zusatz der Internetadresse stehen immer im unveränderlichen Verhältnis zueinander

Minimale Breite der Marke (im ungeschrägten Zustand) als Imprint: 20 mm

Anwendung ausschließlich auf weißem Grund

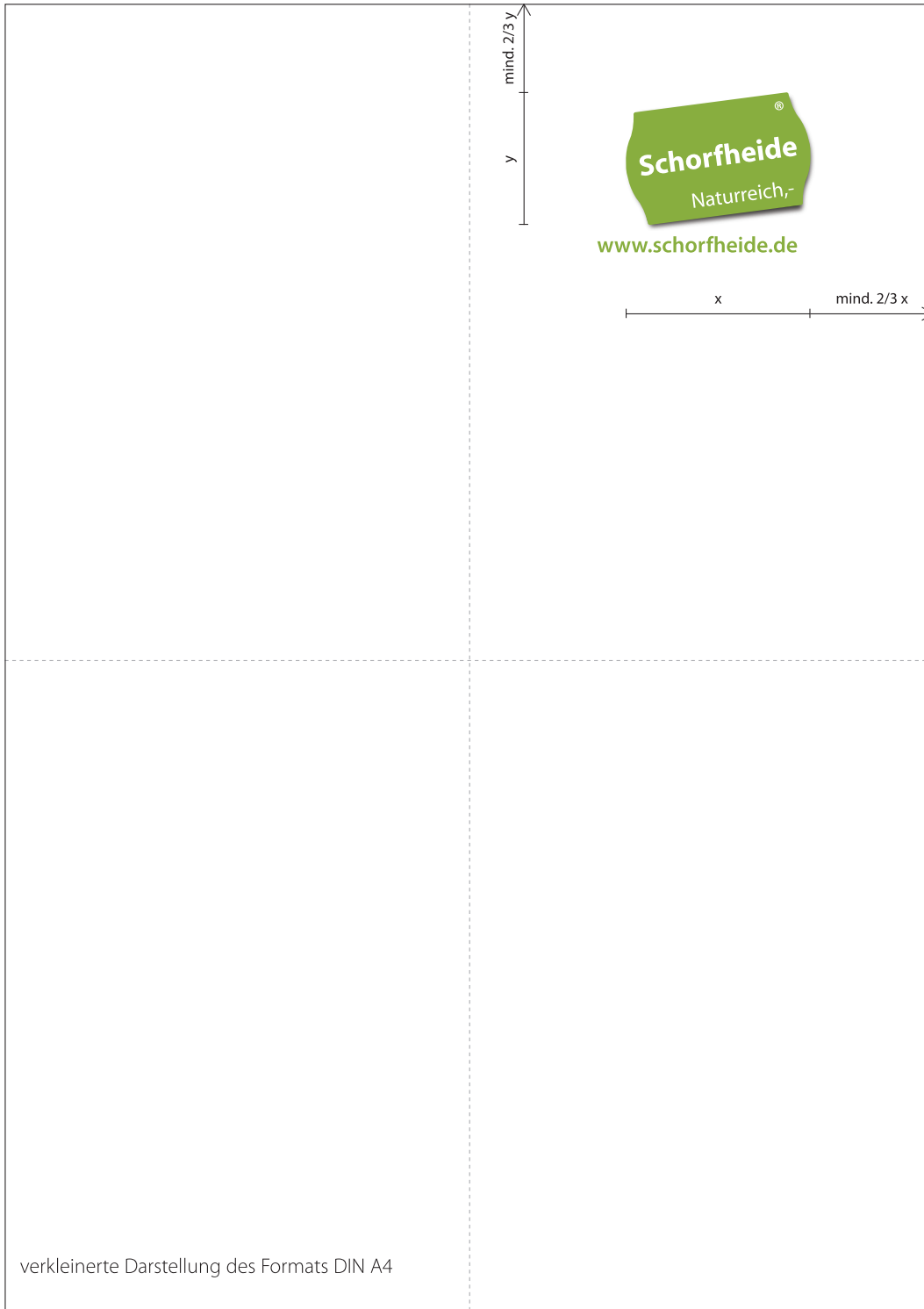


Eine Anwendung als Negativversion (weiße Bildmarke mit grüner bzw. schwarzer Schrift) bzw. in Graustufen ist nicht gestattet.

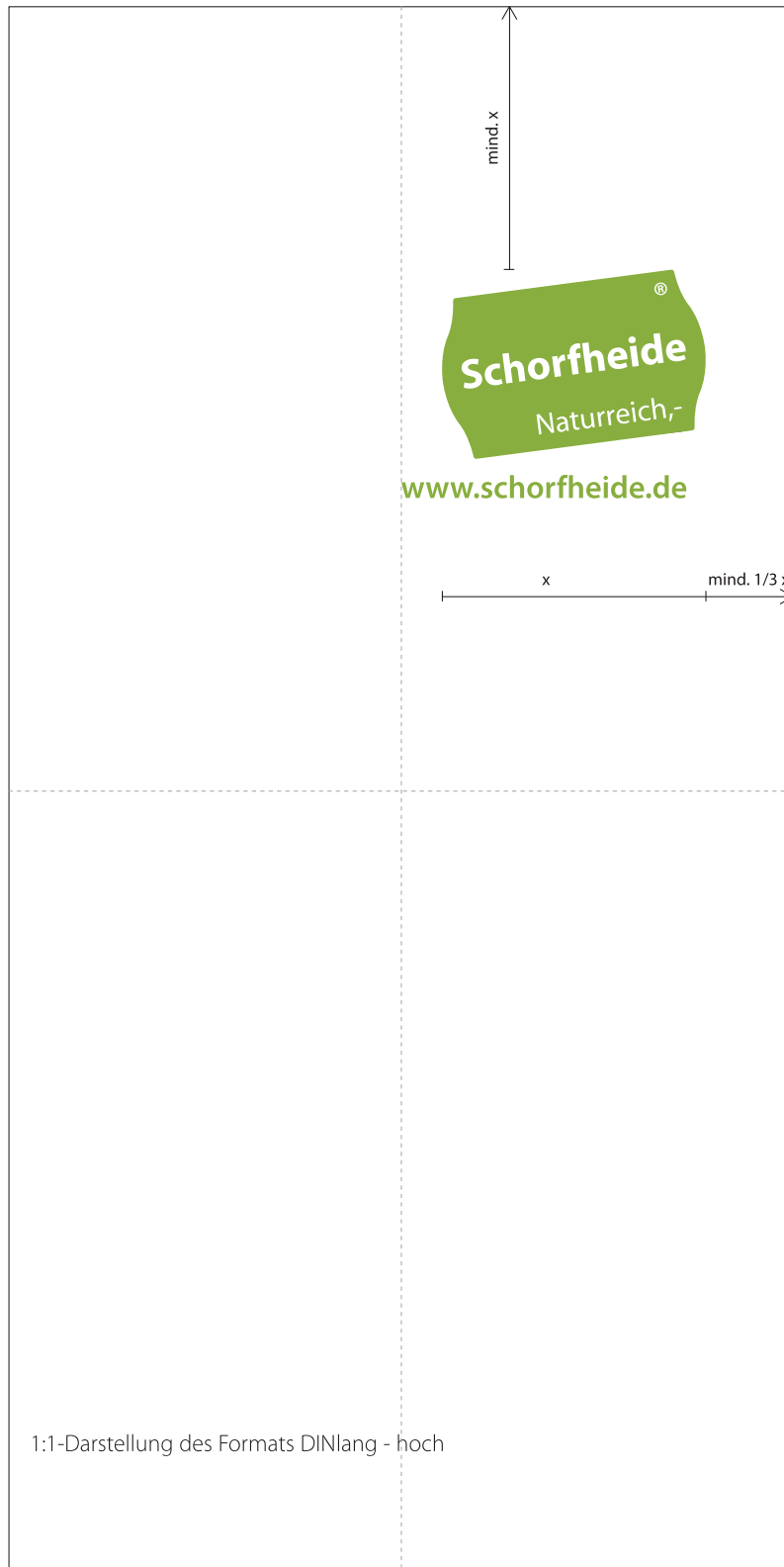
Für sämtliche Anwendungen finden Sie unter
www.schorfheide.de/presse Musterdateien als Download.

Größen der Marke

Die Grundgröße der Marke auf DIN A4 (grüne Bildmarke im geschragten Zustand) beträgt 41,75 mm x 30 mm. Die Schriftgröße der Wortmarke »Schorfheide« in Myriad Bold beträgt bei dieser Markengröße 18,9 Punkte, die Schriftgröße des Claims in Myriad Roman beträgt 13,5 Punkte und ggf. des integrierten Internetzusatzes in Myriad Roman 6,75 Punkte. Für den Schlagschatten dieser Größe gilt: Multiplizieren mit 60 % Deckkraft (für weißen Grund) / 0,45 mm horizontaler Verschiebung / 0,45 mm vertikaler Verschiebung / 0,675 mm Weichzeichnen.

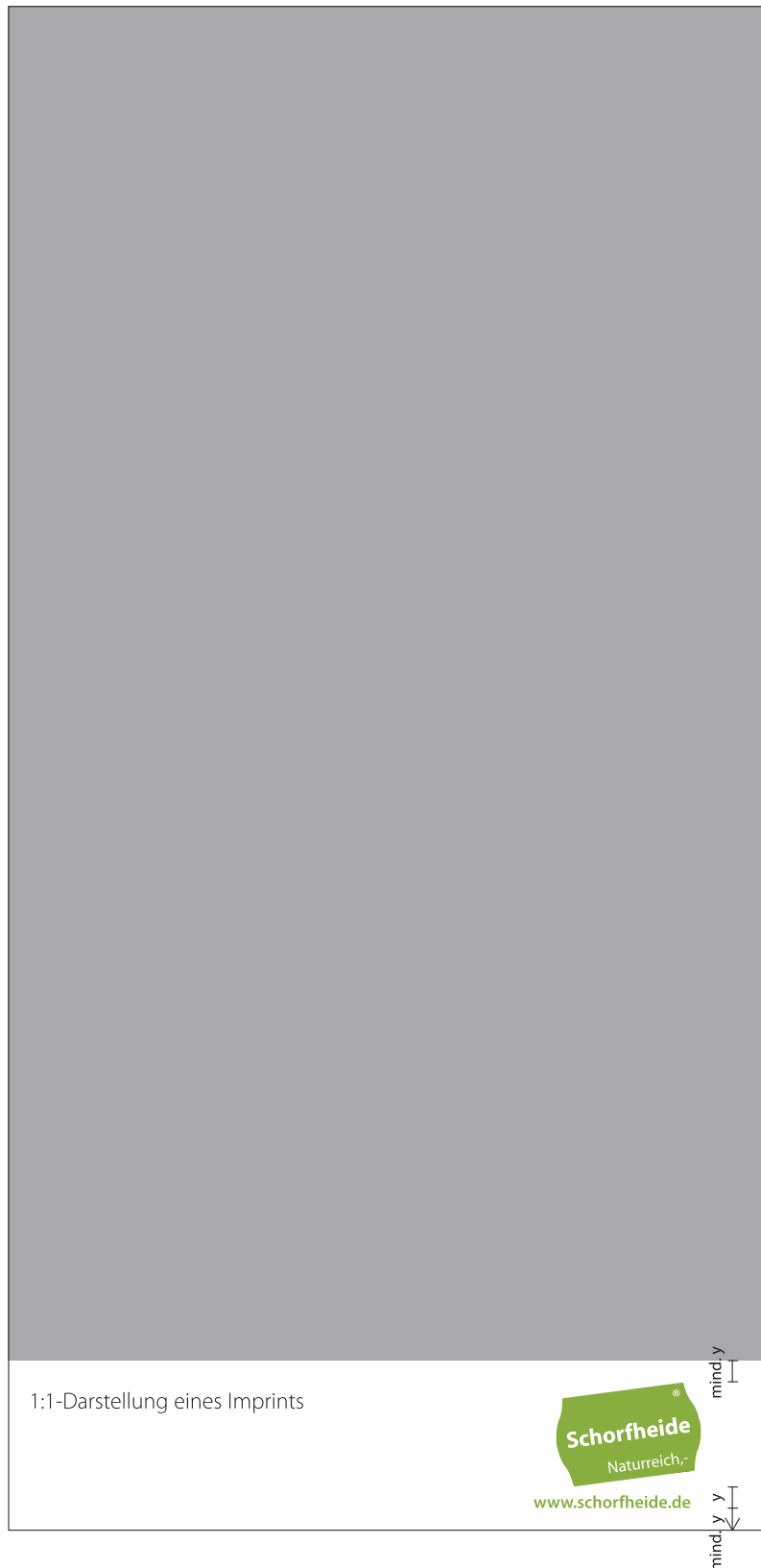


Die Größe der Marke auf DINlang - hoch (grüne Bildmarke im geschrägten Zustand) beträgt 35,25 mm x 25,25 mm. Die Schriftgröße der Wortmarke »Schorfheide« in Myriad Bold beträgt bei dieser Markengröße 16 Punkte, die Schriftgröße des Claims in Myriad Roman beträgt 11,4 Punkte und ggf. des integrierten Internetzusatzes in Myriad Roman 5,7 Punkte. Für den Schlagschatten dieser Größe gilt: Multiplizieren mit 60 % Deckkraft (für weißen Grund) / 0,38 mm horizontaler Verschiebung / 0,38 mm vertikaler Verschiebung / 0,57 mm Weichzeichnen. Die Positionierung der Marke erfolgt in Abhängigkeit vom jeweiligen Hintergrund, aber immer im rechten oberen Viertel des Mediums.



1:1-Darstellung des Formats DINlang - hoch

Die Größe der Marke als Imprint in einem Fremdmedium (grüne Bildmarke im geschragten Zustand) beträgt minimal 19,95 mm x 14,3 mm. Die Schriftgröße der Wortmarke »Schorfheide« in Myriad Bold beträgt bei dieser Markengröße 9 Punkte, die Schriftgröße des Claims in Myriad Roman beträgt 6,45 Punkte. Die Schriftgröße des Internetzusatzes in Myriad Semibold beträgt 6,9 Punkte. Die Marke als Imprint wird ohne Schlagschatten angewandt, aber immer mit dem Zusatz der Internetadresse unter der Marke. Die Positionierung der Marke erfolgt in Abhängigkeit vom jeweiligen Medium.



Die Größe der Marke als Briefaufkleber (grüne Bildmarke im geschrägten Zustand) beträgt 35,9 mm x 25,75 mm. Die Schriftgröße der Wortmarke »Schorfheide« in Myriad Bold beträgt bei dieser Markengröße 16,25 Punkte, die Schriftgröße des Claims in Myriad Roman beträgt 11,6 Punkte. Die Schriftgröße des Internetzusatzes in Myriad Semibold beträgt 6,6 Punkte. Die Marke als Aufkleber wird ohne Schlagschatten angewandt, aber immer mit dem Zusatz der Internetadresse in der Marke.



Die Typographie

Die Schrift ist ein wichtiger Bestandteil des Corporate Designs. Der Charakter einer Schrift und das typographische Bild tragen in starkem Maße zu Ausdruck und Wirkung eines Textes bzw. Mediums bei. Die für das Erscheinungsbild der Medien im Rahmen der Imagekampagne »Schorfheide. Naturreich,« gewählten Schriften der Schriftfamilie Myriad drücken einerseits schlichte Klarheit, andererseits weiche Natürlichkeit aus. Sie bietet ein breites Spektrum an Ausdrucksmöglichkeiten und wird in folgenden Schnitten verwendet: Light, Roman (Regular), Semibold, Bold, und Black Condensed. Die Wortmarke »Schorfheide« liegt in der Schrift Myriad Bold vor, der Claim »Naturreich,« in der Myriad Roman (Regular).

Für Headlines: Black Condensed

Für Sublines: Roman (Regular)

Für Fließtext: Light, Roman (Regular)

Für Hervorhebungen in Fließtexten: Bold, Semibold, Roman (Regular)

Die Anwendung kursiver Schriftschnitte ist nicht vorgesehen.

Zur Akzentuierung in Werbemedien (Flyer, Broschüren, Internet) steht die Schreibschrift Bradley Hand zur Verfügung. Diese wird für Textüberschriften und zur Hervorhebung von Aufforderungen bzw. wesentlicher Aussagen und ausschließlich in den Farben der Imagekampagne und nicht in Schwarz verwendet.

Als Korrespondenzschrift in Briefen, Faxen etc. wird Myriad Roman (Regular) verwendet. Steht diese nicht zur Verfügung, kann alternativ Arial Regular verwendet werden.

Die Farbe des Fließtextes ist immer schwarz (Ausnahmen können Schlagworte wie die Internetadresse bilden). Bei den Headlines in farbiger Form kommen ausschließlich die Farben der Imagekampagne zur Anwendung.

Schriftmuster

Myriad Pro Light

Die Schorfheide - der Wunderwald zum Wandern, Radeln, Reiten, Tiere Entdecken, mit Badeseen, Baudenkmalern, zum Paddeln, Schippen, tief Einatmen, zum Schmecken, Bleiben - einfach zum Gutfühlen.

Myriad Pro Regular

Die Schorfheide - der Wunderwald zum Wandern, Radeln, Reiten, Tiere Entdecken, mit Badeseen, Baudenkmalern, zum Paddeln, Schippen, tief Einatmen, zum Schmecken, Bleiben - einfach zum Gutfühlen.

Myriad Pro Semibold

Die Schorfheide - der Wunderwald zum Wandern, Radeln, Reiten, Tiere Entdecken, mit Badeseen, Baudenkmalern, zum Paddeln, Schippen, tief Einatmen, zum Schmecken, Bleiben - einfach zum Gutfühlen.

Myriad Pro Bold

Die Schorfheide - der Wunderwald zum Wandern, Radeln, Reiten, Tiere Entdecken, mit Badeseen, Baudenkmalern, zum Paddeln, Schippen, tief Einatmen, zum Schmecken, Bleiben - einfach zum Gutfühlen.

Myriad Pro Black Condensed

Die Schorfheide - der Wunderwald zum Wandern, Radeln, Reiten, Tiere Entdecken, mit Badeseen, Baudenkmalern, zum Paddeln, Schippern, tief Einatmen, zum Schmecken, Bleiben - einfach zum Gutfühlen.

Bradley Hand

Die Schorfheide - der Wunderwald zum Wandern, Radeln, Reiten, Tiere Entdecken, mit Badeseen, Baudenkmalern, zum Paddeln, Schippern, tief Einatmen, zum Schmecken, Bleiben - einfach zum Gutfühlen.

Anwendung der Typographie (für Printmedien bis zum geschlossenen Format DIN lang)

Fließtext: Myriad Pro Light

Mindestgröße: 9 Punkte

Zeilendurchschuss (Zeilenabstand): 14 Punkte

Sperrung (Buchstabenabstand): 0 % Geviert

Hervorhebungen im Text: Myriad Bold, Semibold, Roman (Regular)

Satz: linksbündiger Flattersatz

Subheadline: Myriad Pro Roman (Regular) oder Semibold

Mindestgröße: 16 Punkte

Zeilendurchschuss (Zeilenabstand): 20 Punkte

Der Abstand der Subheadline zur Headline beträgt bei einer Schriftgröße von 16 Punkten: 24 Punkte

Sperrung (Buchstabenabstand): 0 % Geviert

Headline: Myriad Pro Black Condensed

Mindestgröße: 40 Punkte

Zeilendurchschuss (Zeilenabstand): 36 Punkte

Sperrung (Buchstabenabstand): 0 % Geviert

Akzentschrift: Bradley Hand

Mindestgröße: 10,5 Punkte

Zeilendurchschuss (Zeilenabstand): 15 Punkte

Sperrung (Buchstabenabstand): 0 % Geviert

Satz: Linksbündiger Flattersatz

Form der verbalen Benennung der Marke bzw. Imagekampagne im Fließtext

Im Fließtext wird die Kampagne verbal in folgender Weise bezeichnet: »**Schorfheide. Naturreich,**«

Die Farben

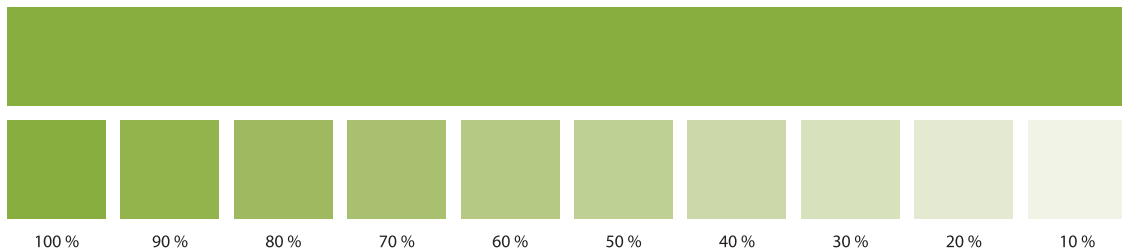
Die Farben der Imagekampagne sollen den visuellen Bezug zur Natur herstellen. Das Farbprofil der Kampagne stellt lebhaftere, kräftige, aber auch zurückhaltend gedämpfte Töne gleichermaßen zur Anwendung zur Verfügung, Farbtöne, die aber immer natürlich wirken. Niemals dürfen unnatürliche Farben wie Cyan, Pink, Violett oder auch Rot zur Anwendung kommen. Auch dunkle Töne wie Dunkelblau, Bordeauxrot, kalte Grautöne oder reines Schwarz, abgesehen von einem dunklen Grün und Graubraun zur Herstellung notwendiger Kontraste, sollen nicht verwendet werden, da sie nicht mit den Attributen »Aktivität«, »Natürlichkeit« und »Lebensfreude« der Kampagne assoziiert werden. Zentrale Farbe ist das Grün, das symbolhaft für eine vitale, frische und gesunde Natur steht, und in seiner leuchtenden Frühlingshaftigkeit vor allem dynamische, aktive Menschen ansprechen soll.

Markengrün

Einfarbdruk (Pantone): Pantone 377C

Vierfarbdruk (CMYK): 53 % Cyan / 15 % Magenta / 100 % Gelb / 0 % Schwarz

Einfarbdruk (RAL): RAL 6018 Gelbgrün

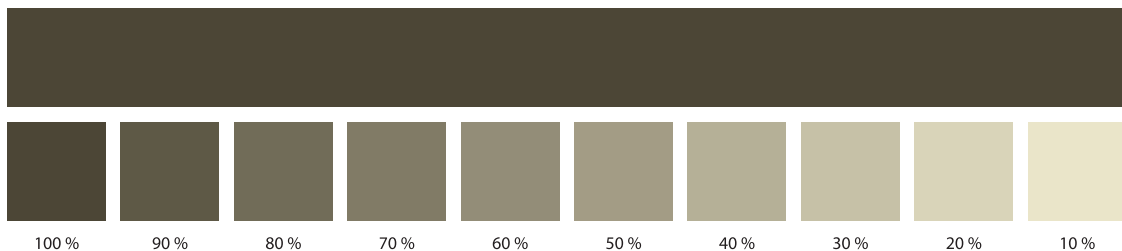


Kontrastfarbe Graubraun

Einfarbdruk (HKS): HKS 90K

Vierfarbdruk (CMYK): 0 % Cyan / 5 % Magenta / 30 % Gelb / 85 % Schwarz

Einfarbdruk (RAL): RAL 8010 Graubraun



Farbprofil der Kampagne

Aus dem Markengrün, das für den Sommer steht, sowie drei Schmuckfarben, die für die Jahreszeiten Frühling, Herbst und Winter stehen, ergibt sich ein Farbprofil, das auf den folgenden beiden Seiten dargestellt ist und Anregungen für die Gestaltung der Medien der Kampagne geben soll. Neben harmonischen Übergängen zwischen dem Markengrün und den 3 Schmuckfarben, bietet das Profil auch Vorschläge für Kombinationen zur Erzielung von Farbkontrasten.



Herbst



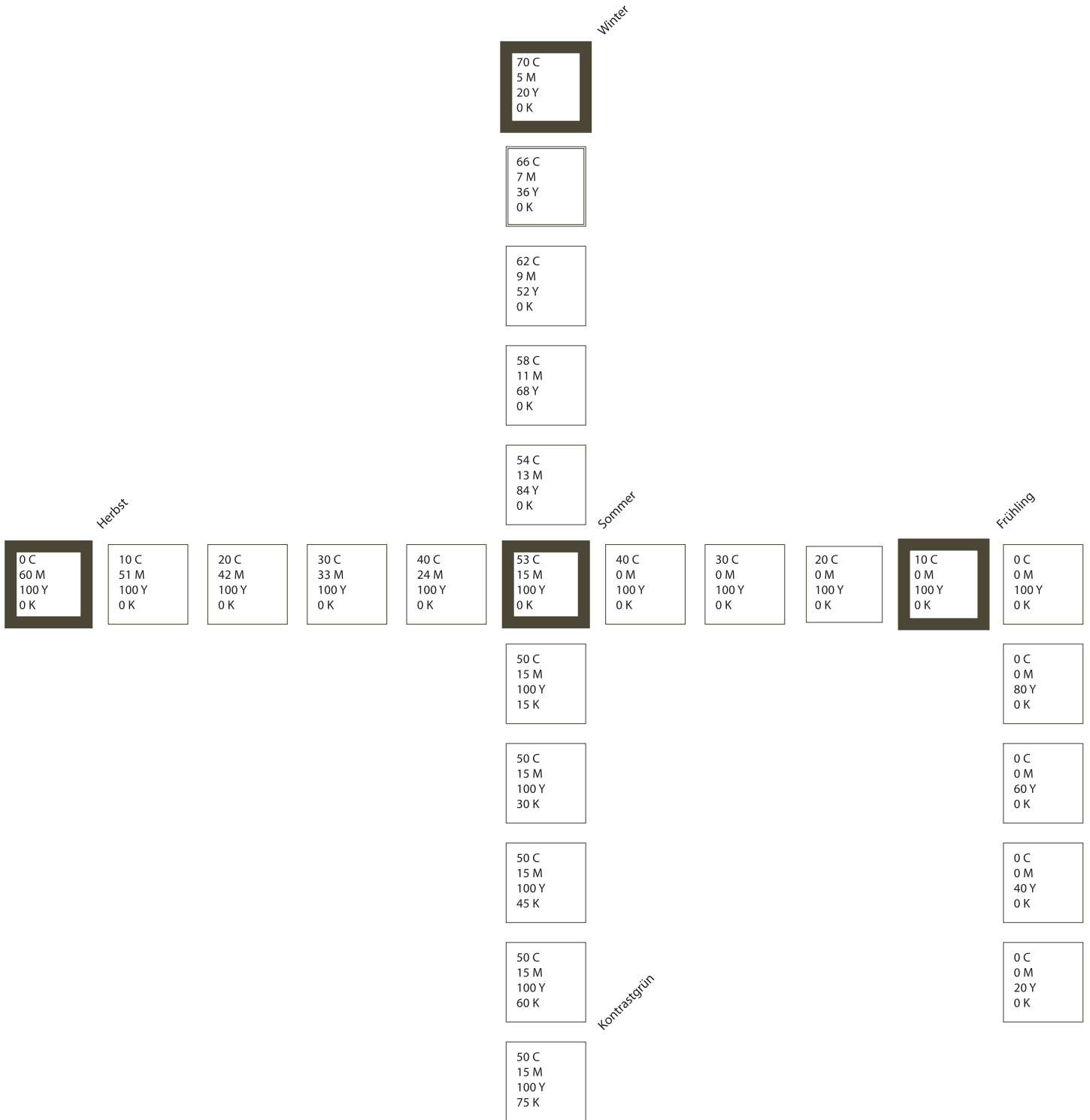
Kontrastgrün



Winter

Sommer

Frühling



Die 3 Schmuckfarben der Kampagne

Frühling (Vierfarbdruck-CMYK): 10 % Cyan / 0 % Magenta / 100 % Gelb / 0 % Schwarz



Sommer = Markengrün (Vierfarbdruck-CMYK): 53 % Cyan / 15 % Magenta / 100 % Gelb / 0 % Schwarz



Herbst (Vierfarbdruck-CMYK): 0 % Cyan / 60 % Magenta / 100 % Gelb / 0 % Schwarz



Winter (Vierfarbdruck-CMYK): 70 % Cyan / 5 % Magenta / 20 % Gelb / 0 % Schwarz



Zwei zusätzliche Farbprofile zur Anwendung als warme Hintergrundfarben



53 C / 15 M / 100 Y / 0 K	45 C / 13,5 M / 95 Y / 0 K	40 C / 12 M / 90 Y / 0 K	35 C / 10,5 M / 85 Y / 0 K	30 C / 9 M / 80 Y / 0 K	25 C / 7,5 M / 75 Y / 0 K	20 C / 6 M / 70 Y / 0 K	15 C / 4,5 M / 65 Y / 0 K	10 C / 3 M / 60 Y / 0 K	5 C / 1,5 M / 55 Y / 0 K
------------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------	-----------------------------



0 C / 60 M / 100 Y / 0 K	0 C / 54 M / 95 Y / 0 K	0 C / 48 M / 90 Y / 0 K	0 C / 42 M / 85 Y / 0 K	0 C / 36 M / 80 Y / 0 K	0 C / 30 M / 75 Y / 0 K	0 C / 24 M / 70 Y / 0 K	0 C / 18 M / 65 Y / 0 K	0 C / 12 M / 60 Y / 0 K	0 C / 6 M / 55 Y / 0 K
-----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	---------------------------