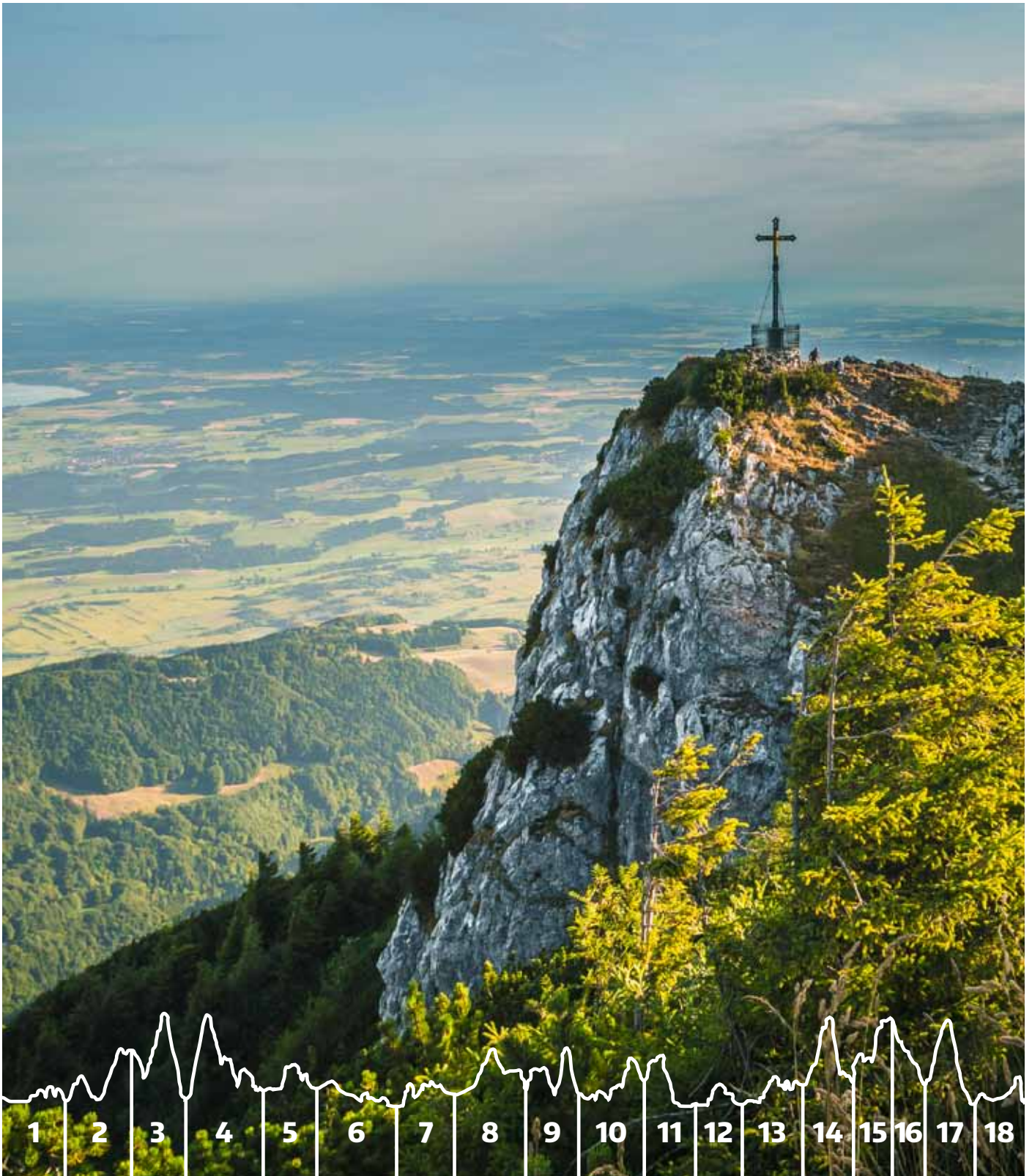


Corporate Design Manual



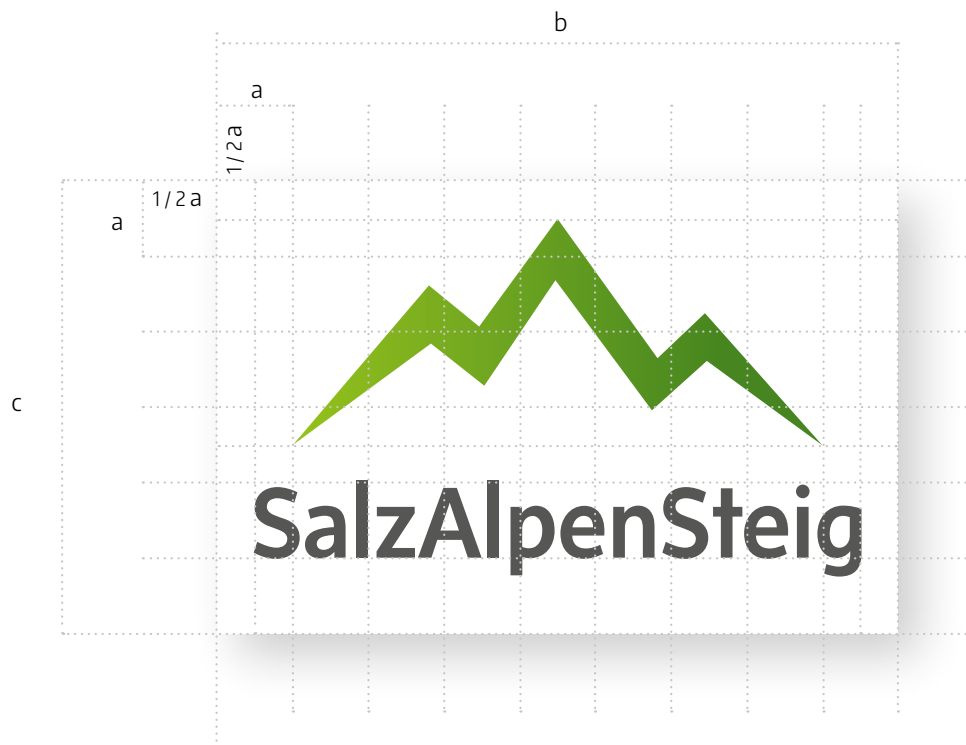
Inhalt

- | | | |
|----------|---------------------------------------|--|
| 1 | Logo | Wort-Bildmarke
Größe
Farbbalken |
| 2 | Farbe | Primärfarbe: SalzAlpenSteig
Sekundärfarben: SalzAlpenWege
SalzAlpenTouren
Verwendung der Farbe |
| 3 | Claim | Berge. Seen. Salz. |
| 4 | Typografie | Font Encode |
| 5 | Designelemente | Bildsprache
Etappenprofil |
| 6 | Publizitätsvorschriften | |
| 7 | Kartografie | Gesamtkarte
Etappenkarte OSM
Etappenkarte reduziert
Piktogramme
Höhenprofile |
| 8 | Umsetzung
(Beispiel Print) | Titelgestaltung Dachmarke
Titelgestaltung Partnerregionen
Innenseiten
Raster
Satzspiegel
Tabellensatz |

1 Logo

Wort-Bildmarke

1 Logo



Die Wort-Bildmarke ist in einem weißen Rechteck gefasst.

Dem Aufbau liegt ein quadratischer Raster mit der Seitenlänge **a** zugrunde.

Das Seitenverhältnis ist 9 (b Breite) zu 6 (c Höhe).

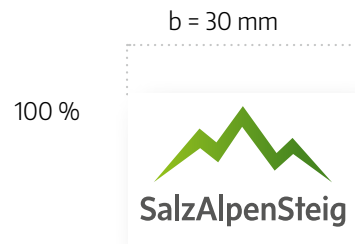
Die Abstände zum Rand innerhalb der Wort-Bildmarke werden durch die Seitenlänge **a**, bzw. $1/2 \text{ a}$ definiert.

Mit einem definierten Schatten wird eine Trennung des Logos zum Hintergrund erzielt:

20 % Schwarz, 135° , Abstand 4 mm, Größe 6 mm

1 Logo

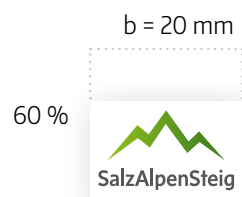
Größe



Originalgröße

Die Originalgröße definiert die Abbildung des Logos auf dem Format Din lang.

In der Originalgröße hat das Logo eine Breite (b) von 30 mm (= 100 %)



Mindestgröße

Die Mindestgröße definiert die kleinste Abbildung des Logos.

In der Originalgröße hat das Logo eine Breite (b) von 20 mm (= 60 %)

Farbbalken

1 Logo



Das Logo ist in einen zweifarbigen Farbbalken eingebunden.

Das Verhältnis der Farben richtet sich nach dem Wert **a**.

Grün beträgt **$3 \frac{1}{2} a$**

Weiß beträgt **$2 \frac{1}{2} a$**

Das Logo ist im Format rechts zu platzieren.

Der rechte Abstand zum Formatende darf den Wert **2a** nicht unterschreiten.

2 Farbe

Primärfarbe

2 Farbe



Die Primärfarbe für den SalzAlpenSteig ist grün.
Das Grün definiert sich aus dem mittleren Wert des im Logo
verwendeten Farbverlaufs.



Der Farbwert entspricht

C 60 M 10 Y 100 K 0
R 105 G 163 B 45
Pantone 369 PC

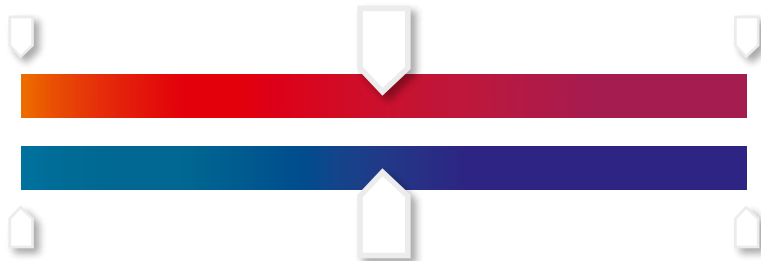
Die Primärfarbe ist die Kommunikationsfarbe.
Sie findet ihren Einsatz in **allen** Werbemedien.

Sekundärfarben

2 Farbe



Die Sekundärfarben für den SalzAlpenSteig sind rot und blau.
Rot steht für die Wege, die zum SalzAlpenSteig führen.
Blau steht für die Rundwege entlang des SalzAlpenSteigs.
Der Farbwert definiert sich aus dem mittleren Wert des im Logo verwendeten Farbverlaufs.



Der Farbwert entspricht

C 15 M 100 Y 80 K 0
R 192 G 5 B 48
Pantone 187 PC



Der Farbwert entspricht

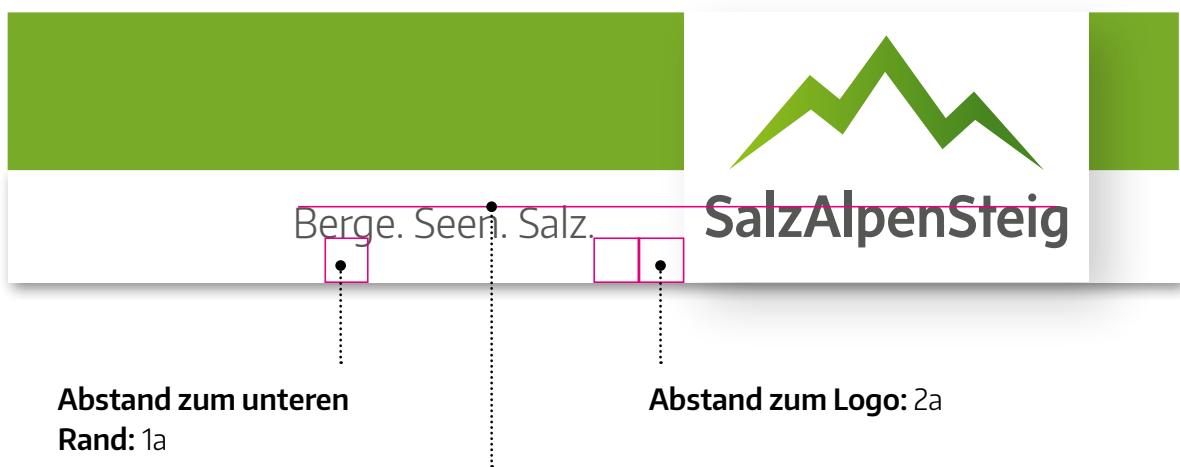
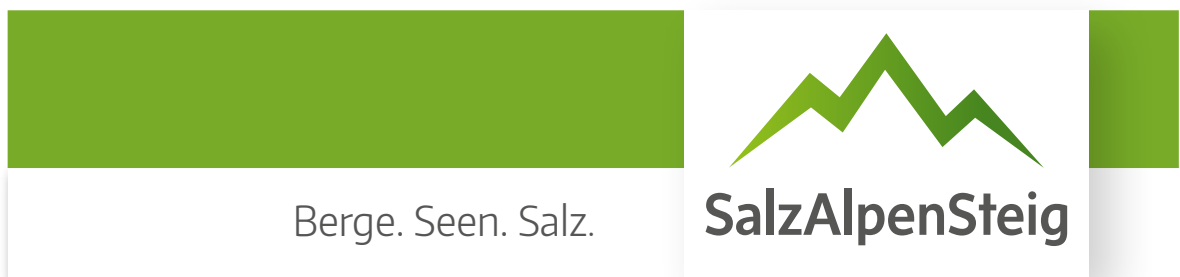
C 100 M 70 Y 20 K 0
R 0 G 72 B 131
Pantone 541 PC



Es wird generell die Primärfarbe Grün verwendet.
Die Sekundärfarben Rot und Blau kommen in der Kommunikation der Rundtouren und Wege zum Einsatz.

Positionierung zum Logo

3 Claim



Versalhöhe Claim: richtet sich nach der Größe der Kleinbuchstaben des Logos

Der Claim **Berge. Seen. Salz.** wird im weißen Balken positioniert. Er steht immer links vom Logo.

Typografie: Encode Sans Narrow light

Farbe: 80% Schwarz

Vermaßung: wie oben (> Raster)

4 Typografie

Der Font Encode findet wie folgt Verwendung:

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,;:- — “ ””· <>«»»&*!()?[]/@\$£€π%™®©

Encode Sans Narrow Extra Bold
für Bildunterschriften
ausschließlich im Flattersatz zu verwenden

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,;:- — “ ””· <>«»»&*!()?[]/@\$£€π%™®©

Encode Sans Narrow Semibold
für Headlines, Sublines, Lead in Copy

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,;:- — “ ””· <>«»»&*!()?[]/@\$£€π%™®©

Encode Sans Narrow Regular
für Copy im Blocksatz zu verwenden

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,;:- — “ ””· <>«»»&*!()?[]/@\$£€π%™®©

Encode Sans Narrow Extra Light
für Monolines, Zitate

Besondere Schreibweise

SalzAlpenSteig

Der Name SalzAlpenSteig wird ohne Ausnahme wie gezeigt geschrieben: Anfangsbuchstaben versal und ohne Abstand.

Gestaltungsbeispiel

Der SalzAlpenSteig

Ficiatatum volorem poribus nusanditet aut qui blabo. Et eumquia nimporum, optaquia cusdand aecessi liquidu samusaped quam quibus, quiatem inctinctotaturem..

Ficiatatum volorem poribus nusanditet aut qui blabo. Et eumquia nimporum, optaquia cusdand aecessi liquidu

Andite autem ex et velique laccollecto inciliquunt eum vellis il ea que dolestrum faccate sit lit et fugitiat aut dit, officiis anihici asimus perspiet re non re nobitem ut quat. Es sed ese ellant quat eati eturem ad quiat il mo tor maior re dunt veles que et et lit, omnisit as que cumendi ssinctam re sim volo dolore sequae perciendit aut apitate ssitaturit, ullupta tiatend aessit atur, simi, te quibere ssincimo volorem harum idus cor saeptat. Mil ipsum unt. Solore cullor soluptatur aut eost dolupidusam sandae velitiam vendent et et

Weitwanderfreude

kostenfrei downloaden

[http://www.fontsquirrel.com/fonts/encode-sans?q\[term\]=encode&q\[search_check\]=Y](http://www.fontsquirrel.com/fonts/encode-sans?q[term]=encode&q[search_check]=Y)

5 Designelemente

Es ist auf großzügige, stimmungsvolle Bilder zu achten, die möglichst randabfallend verwendet werden. Die Bilder müssen von der Bildsprache und -qualität den **Premium-Weitwanderweg** widerspiegeln. Um den moderaten Charakter des Weitwanderweges zu unterstreichen, ist darauf zu achten, keine extremen Hochalpensituationen zu zeigen, die alpinistischen Anspruch (an Bergsteiger, Kletterer) kommunizieren, sondern es sind vielmehr Bilder auszuwählen, bei denen sich der Wanderer angesprochen fühlt, der in erster Linie Genuss und Entspannung inmitten einer grandiosen Naturlandschaft sucht.



Um den SalzAlpenSteig **als Ganzes** zu kommunizieren, kommt die Abbildung des Etappenprofils zum Einsatz.
Das Etappenprofil befindet sich am unteren Bildrand.



In der **Dachmarkenkommunikation SalzAlpenSteig** wird das Etappenprofil wie oben verwendet.

Etappenprofil

5 Designelemente

In der **Kommunikation der Partner-Regionen** wird das Etappenprofil wie unten verwendet. Hier wird der Etappenbereich der entsprechenden Region farbig abgesetzt.



6 Publizitätsvorschriften

6 Publizitätsvorschriften

Emblem der EU und Interreg-Logo

Alle Informations- und Publizitätsmaßnahmen für die Öffentlichkeit (wie Wandertafeln, Broschüren, Faltblätter, Plakate, Internet-Homepages für Projekte etc.) umfassen die folgenden Elemente:

1. das Emblem der Europäischen Union
2. der Verweis auf die Finanzierung durch den EFRE – Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung
3. das offizielle Logo des Programms „INTERREG Bayern – Österreich 2007-2013“
4. der offizielle Slogan des Programms: „INTERREG – gemeinsam grenzenlos gestalten“

Anmerkung: Für 1 bis 4 gilt: Diese Elemente müssen bei allen Kommunikationen - wo möglich - gut sichtbar sein. Bei Broschüren und Faltblättern ist eine Darstellung bspw. auf der U2 oder U4 ausreichend. Für kleines Werbematerial (wie Schreibstifte, USB-Sticks, Post-it-Blöcke etc.) gelten die Punkte 2 bis 4 nicht.



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung

gemeinsam grenzenlos gestalten

INTERREG
Bayern – Österreich
2007-2013



6 Publizitätsvorschriften

Euregio-Logo

Das Euregio-Logo muss bei allen Kommunikaten - wo möglich – gut sichtbar sein. Bei Broschüren und Faltblättern ist eine Darstellung bspw. auf der U2 oder U4 ausreichend.



Änderungen und Irrtum vorbehalten. Eine Prüfung und Genehmigung geplanter Druckwerke ist durch den Auftraggeber bei den zuständigen Förder- oder Geschäftsstellen einzuholen.

6 Publizitätsvorschriften

Partnerlogos

Die am Projekt beteiligten Partner und Förderer werden an geeigneter Stelle, bspw. U2 oder U4 genannt. Eine Darstellung auf Imagemedien (z.B. Imageanzeige, Titelseite Broschüre u.ä.) ist zugunsten des Erscheinungsbildes nicht erforderlich, da zu platzintensiv.

Partner:



Bei den Partnerlogos ist wie folgt zeitlich zu differenzieren:

1. Während der Projektlaufzeit bis 31.03.2015

erfolgt eine grafische Abtrennung von Bad Reichenhall und Ober-Österreich durch den Zusatz: **Ko-finanziert durch**

2. Ab dem 01.04.2015 gilt für die Nachfolgeorganisation:

Nennung aller Projektpartner inkl. Bad Reichenhall und Berchtesgadener Land Tourismus GmbH BGLT.

7 Kartografie

Gesamtkarte

7 Kartografie

Die Gesamtkarte zeigt den kompletten Streckenverlauf in reduzierter Darstellung. Es sind lediglich die zur Orientierung notwendigen markanten Ortsangaben zu zeigen.

Zur Orientierung vor Ort (z.B. an der Wandertafel) besteht zusätzlich die Möglichkeit, die aktuelle Etappe farbig hervorzuheben.

Die Gesamtkarte muss immer auf weißem Hintergrund abgebildet werden. Die Schriftgröße muss auf Format und Lesbarkeit angepasst werden.

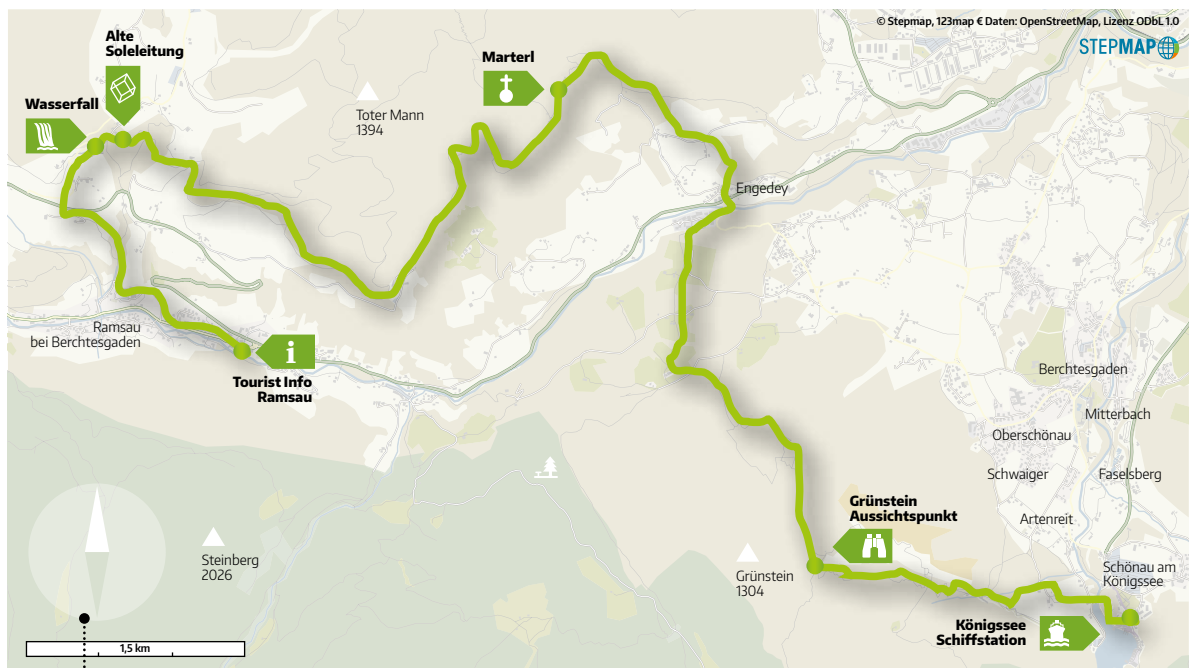


Etappenkarte OSM

7 Kartografie

Die Etappenkarten basieren auf OSM-Kartografie.
Diese wird jedoch in der Farbe reduziert, damit der abgebildete
Streckenverlauf deutlich sichtbar ist.

Zur den regulären Ortsnamen sind auch die Highlights der Etappe in
Form von Piktogrammen einzuzeichnen (> **Piktogramme**).



Maßstab und Nordpfeil

Etappenkarte reduziert

7 Kartografie

Die reduzierte Etappenkarte kommt z.B. auf der Strecke zum Einsatz. Hier werden der Standpunkt und die nächsten Ziele durch Piktogramme dargestellt.



Die Piktogramme weisen auf markante Punkte der Strecke hin.
Sie sollen plakativ und schnell erfassbar sein.

Farbe: Sie werden in einem **Grauwert von 60 %** verwendet.

Verwendungsform: Sie können in zwei Varianten abgebildet werden

A **Freistehend**

B **Mit richtungsweisendem Pfeil**

Weitere Piktogramme sind im gleichen Stil zu gestalten.

A



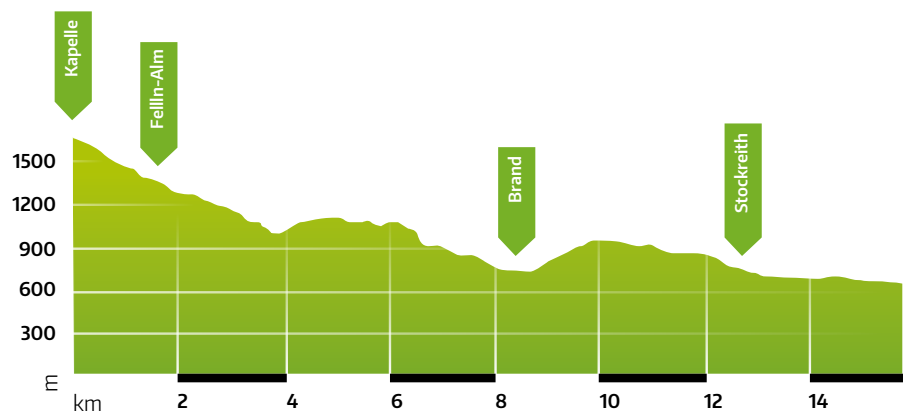
B



Höhenprofile

7 Kartografie

Die Farbigkeit des Höhenprofils ist im CI-Farbverlauf definiert.
Die Marker weisen besondere Stellen auf der Stecke aus.



8 Umsetzung

Beispiel Print

8 Umsetzung

Beispiel Print

Beispiel Titelgestaltung
Dachmarke
Din lang



Beispiel Titelgestaltung

Dachmarke

Din lang Vermaßung im Satzspiegel (> Satzspiegel / Raster)



8 Umsetzung

Beispiel Print

Beispiel Titelgestaltung
Partnerregionen
Din lang



Beispiel Titelgestaltung
Partnerregionen
Din lang Vermaßung im Satzspiegel (> Satzspiegel / Raster)

Vermaßung analog
Dachmarke
 zusätzliche Punkte s.u.



Höhenprofil
 entsprechende Etappen werden
 mit einem Verlauf in der Primär-
 farbe unterlegt

Raum für Partnerlogo
 Überschneidung mit Höhenprofil möglich

8 Umsetzung

Beispiel Print

Beispiel Innenseite Din lang

Blindtext Headline

Ficiatatum volorem poribus nusanditet aut qui blabo. Et eumquia nimporum, optaquia cusdand aecesci liquidu samusaped quam quibus, quiatem inctinc tota

Andite autem ex et velique laccullecto inciliquunt eum vellis il ea que dolestrum faccate sit lit et fugitiat aut dit, officiis anihici asimus perspiet re n ullupta tiatend aessit atur, simi, te quibere ssincimo volorem on re nobitem ut quat.

Es sed ese ellant quat eatis eturem ad quiat il mo tor maior re dunt veles que et et lit, omnisit as que cumendi ssinctam re sim volo dolore sequae perciendit aut apitate ssitaturit, ullupta tiatend aessit atur, simi, te quibere ssincimo volorem harum idus cor saeptat. Mil ipsum unt. Solore cullor

Ficiatatum volorem poribus nusanditet aut qui porum, optaquia cusdand aecesci liquidu

autem ex et velique laccullecto inciliquunt eum vellis il ea que dolestrum faccate sit lit et fugitiat aut dit, officiis anihici asimus perspiet re n ullupta tiatend aessit atur, simi, te quibere ssincimo volorem on re nobitem ut quat.

Es sed ese ellant quat eatis eturem ad quiat il mo tor ma



8 Umsetzung

Beispiel Print

Beispiel Innenseite Din lang



Blindtext Headline

Ficiatatum volorem poribus nusanditet aut qui blabo. Et eumquia nimporum, optaquia cusdand aecesci liquidu samusaped quam quibus, quiatem inctinc tota

Andite autem ex et velique laccullecto inciliquunt eum vellis il ea que dolestrum faccate sit lit et fugitiat aut dit, officiis anihici asimus perspiet re n ullupta tiatend aessit atur, simi, te quibere ssincimo volorem on re nobitem ut quat.

Es sed ese ellant quat eatis eturem ad quiat il mo tor maior re dunt veles que et et lit, omnisit as que cumendi ssinctam re sim volo dolore sequae perciendit aut apitate ssitaturit, ullupta tiatend aessit atur, simi, te quibere ssincimo volorem harum idus cor saeptat. Mil ipsum unt. Solore cullor



Ficiatatum volorem poribus nubus nusanditet aut qui porum, optaquia cusdand aecesci liquidu sanditet aut qui porum, optaquia cusdand aecesci liquidu

autem ex et velique laccullecto inciliquunt eum vellis il ea que dolestrum faccate sit lit et fugitiat aut dit, officiis anihici asimus perspiet re estrum faccate sit lit et fugitiat aut dit, officiis anihici asimus perspiet re n ullupta tiatend aessit atur, simi, te quibere ssincimo volorem on re nobitem ut quat. n ullupta tiatend aessit atur, simi, te quibere ssincimo volorem on re nobitem ut quat. estrum faccate sit lit et fugitiat aut dit, of-

Raster

8

Umsetzung

Beispiel Print

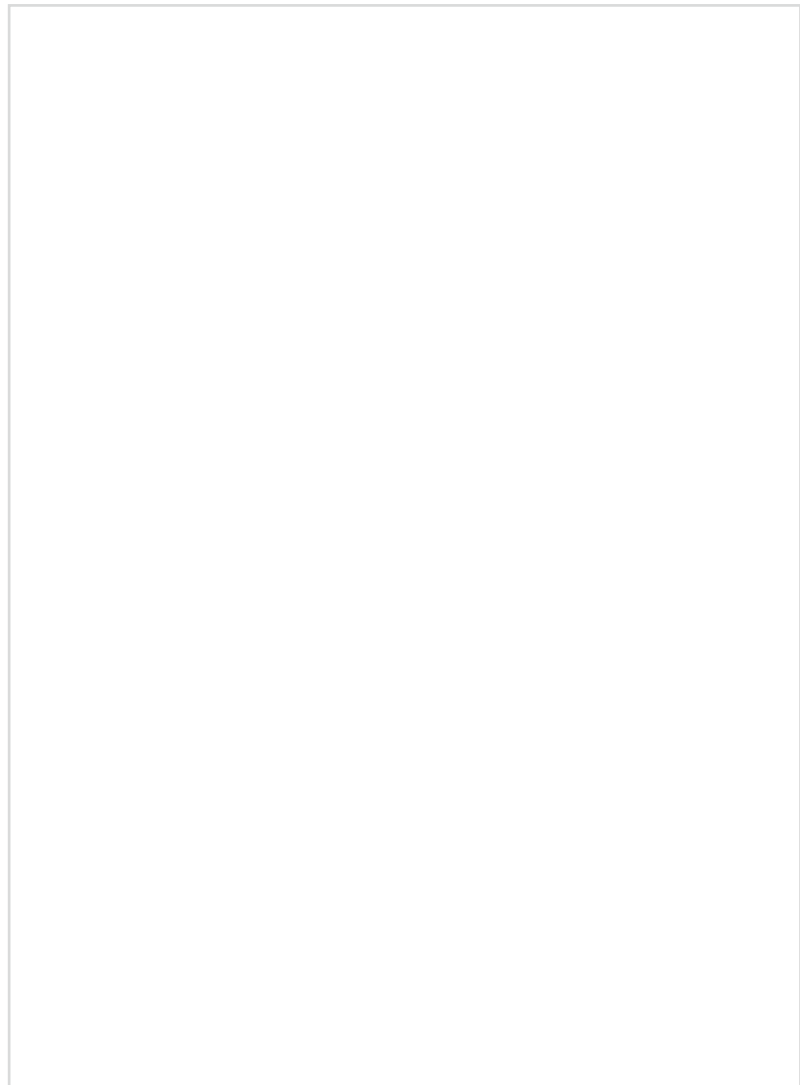
Grundlage für die Bemaßung und Positionierung von Elementen sowie für den Raster bildet die **quadratische Einheit a**. Die Einheit a ergibt sich durch Teilen der kurzen Seite des Formats durch **30**.

Für folgende Formate ergibt sich z.B. :

DIN A4 = 210 mm : 40 = 7 mm = a

DIN lang = 105 mm : 30 = 3,5mm = a

a



Der Inhalt richtet sich im DinA-Format an einem 5-spaltigen
Kolumnenraster aus.

Der Abstand zwischen zwei Kolumnen beträgt **a**.

Satzspiegel Doppelseite

8

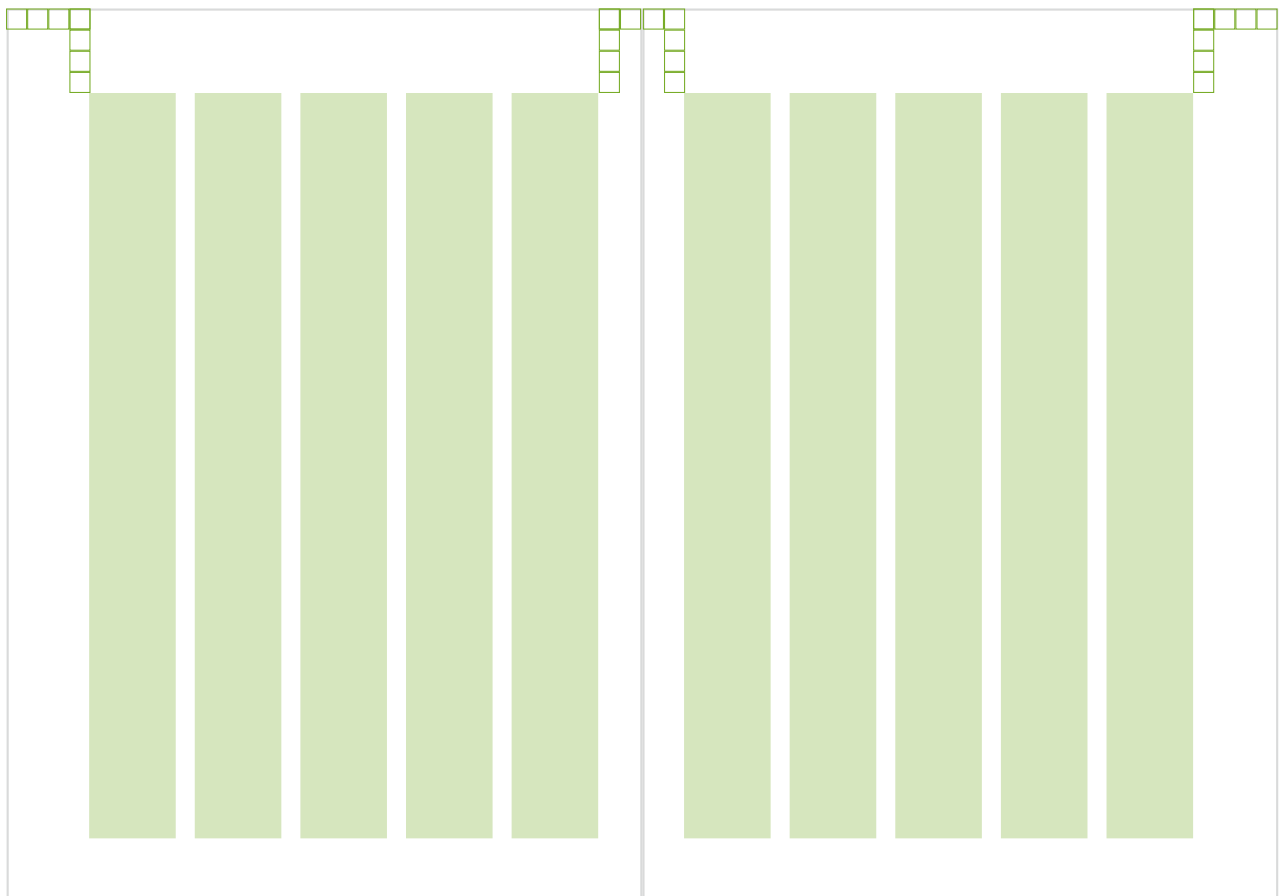
Umsetzung

Beispiel Print

Das Raster entspricht dem der Einzelseite.
Die Seitenränder **verschieben sich um die Einheit a zur Mitte**.

Rechter und linker Rand: **4 a**.

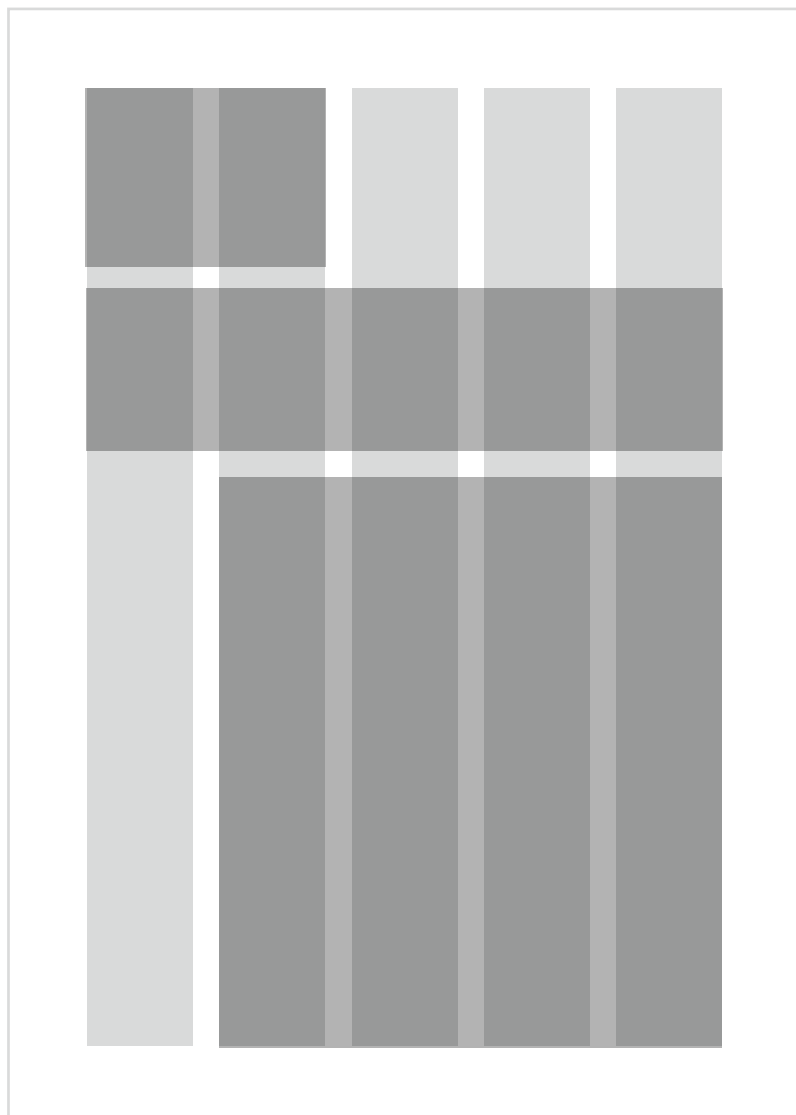
Rand zu Mitte: **2 a**.



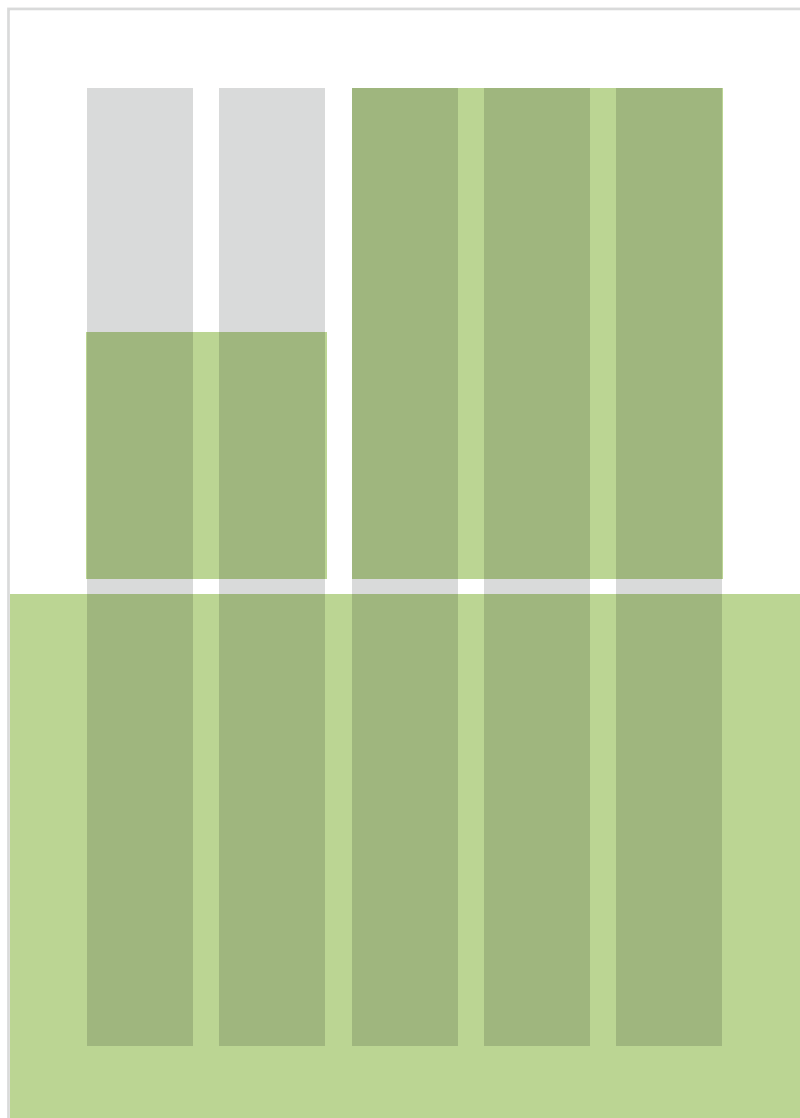
Innerhalb des Kolumnenrasters gibt es verschiedene Möglichkeiten, Inhalte – Texte, Bilder und Grafiken – zu platzieren.

Texte können über **5** oder **4** Spalten verlaufen.

Kurze Bildunterschriften können über **2** Spalten verlaufen.



Bilder und **Grafiken** können über **5**, **3** oder **2** Spalten verlaufen.
Sie können im Satzspiegel oder auch randabfallend abgebildet werden.



Die Gestaltung von Tabellen ist für die Gesamtwirkung prägend.
Daher sollte sie sich nach dem unten stehenden Beispiel
Gastgeberverzeichnis richten.



salzalpensteig.com

Bettenzahl	Zimmertyp	ÜF Preis pro Person €	Aufpreis HP €	Lunchpaket €	Öffnungszeit / Ruhetag	Transfer zum Steig	Entfernung zum Steig
------------	-----------	-----------------------	---------------	--------------	------------------------	--------------------	----------------------

Bernau am Chiemsee

Abb. Gastgeber

Hotel Blindtext

Blindtextstr. 12, 83233 Bernau am Chiemsee, Tel: +49 (0)00000000,
Fax: +49 (0)00000000, blindtext@blindtext.de, www.blindtext.de



72	EZ DZ 3Z FAM	XX XX XX XX	XX XX XX XX	XX	8. ⁰⁰ 22. ⁰⁰	ja	x km
----	-----------------------	----------------------	----------------------	----	---------------------------------------	----	------

Abb. Gastgeber

Hotel Blindtext

Blindtextstr. 12, 83233 Bernau am Chiemsee, Tel: +49 (0)00000000,
Fax: +49 (0)00000000, blindtext@blindtext.de, www.blindtext.de



72	EZ DZ	XX XX	XX XX	XX	8. ⁰⁰ 22. ⁰⁰	ja	x km
----	----------	----------	----------	----	---------------------------------------	----	------

Abb. Gastgeber

Gasthof Blindtext

Blindtextstr. 12, 83233 Bernau am Chiemsee, Tel: +49 (0)00000000,
Fax: +49 (0)00000000, blindtext@blindtext.de, www.blindtext.de



-	-	-	-	XX	8. ⁰⁰ 22. ⁰⁰	ja	x km
---	---	---	---	----	---------------------------------------	----	------

Stand: Dezember 2014

Dieses CI-Manual wurde erstellt von
Cicerone GmbH
Hotel- und Destinationsmarketing
Kochelseestraße 11 | D-81371 München
T: +49 89 1894684-10 | F: +49 89 1894684-19