



**LANDKREIS  
SANKT WENDEL  
CORPORATE  
DESIGN MANUAL**

**STAND 16.09.2021**

# VOR WORT

**D**ass unser Landkreis Sankt Wendel, unser Sankt Wendeler Land, einmalig, eine lebens- und liebenswerte Heimat, ein Wir-Gefühl ist, das wissen wir. Wir haben eine eigene Identität. Wir sind das Sankt Wendeler Land. Zu einem selbstbewussten, modernen Auftritt gehört auch ein entsprechendes Corporate Design (CD). Es ist das sichtbare, unverwechselbare Zeichen, eine Klammer, es symbolisiert das eigene Selbstverständnis. Auch für Landkreise ein bedeutendes Thema, schließlich stehen auch wir im Standortwettbewerb mit anderen Regionen. Selbst- und Außenwahrnehmung bilden in dem CD eine Symbiose, die Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit einer Region zum Ausdruck bringen, die die Region repräsentiert.

1992 erhielt der Landkreis St. Wendel ein Logo. Dieses, in einem Wettbewerb ermittelte Logo wird somit seit fast 30 Jahren genutzt. Eine einheitliche Gestaltungslinie aller Produkte des Landkreises wurde damals allerdings nicht festgelegt.

Mit diesem Handbuch beheben wir dieses Versäumnis.

Nach über 30 Jahren hat sich der Landkreis ein neues Logo zugelegt. Ein neues einheitliches Corporate Design soll dazu beisteuern, einen hohen Wiedererkennungswert für den Landkreis zu schaffen, ein einheitliches, positives und unverkennbares Bild nach außen und innen zu zeigen. Wir sind modern und selbstbewusst, vielfältig und weltoffen, geschichtsbewusst und zukunftsorientiert. Eine lebens- und liebenswerte Region. Mit unserer neuen CD zeigen wir das auch. Wir sind das Sankt Wendeler Land.

Das sind Wir – ein großes W: so wie unser Logo!



**UDO RECKTENWALD**

LANDRAT DES LANDKREISES SANKT WENDEL



Udo Recktenwald  
Landrat des Landkreises Sankt Wendel

# INHALT GESTALTUNGS PRINZIP

<b>01   DIE MARKE .....</b>	<b>4</b>
Signet .....	5
Logo .....	6
Logovarianten .....	7
Schutzraum .....	8
Geschäftsausstattung .....	9
Wappen .....	10
Projektkennung.....	11
<b>02   GESTALTUNGSELEMENTE .....</b>	<b>12</b>
Farben.....	13
Typografie.....	14
Bildsprache.....	15
Piktogramme.....	19

<b>03   LANDKREIS GESTALTUNGSGRUNDLAGEN .....</b>	<b>20</b>
DIN-Formate, Logogrößen.....	21
Plakate.....	22
Power Point .....	23
Seitengestaltung A4 .....	24
Seitengestaltung DIN lang .....	25
Schriftgrößen, Sprachen .....	26
Papierempfehlung.....	27
<b>ANWENDUNGSBEISPIELE</b>	
Anzeigen .....	28
Fahrzeuge.....	29
Linienbusse .....	30
Infomappen, Notizblöcke .....	31
Roll-up, Messestand.....	32
Roll-up-Kombination mit Wappen .....	32
Roll-ups Ämter .....	33
Fahnen.....	35
Beschilderung .....	37
Glückwunschkarten.....	38
Mitarbeiterkleidung.....	39

<b>04   TOURISTISCHE UND WERBLICHE ANSPRACHE .....</b>	<b>40</b>
Umgang mit dem Logo .....	41
Titelgestaltung .....	42
Seitengestaltung 210x210.....	44
Typografie, Wording.....	45

<b>ANWENDUNGSBEISPIELE</b>	
Web .....	46
Mitarbeiterkleidung .....	47
Merch.....	48
Seitengestaltung Tourismus Angebote .....	50
Roll-up, Messestand .....	51
Fahnen.....	52
Reisebus .....	54
Anzeigen .....	55

<b>05   KONTAKT .....</b>	<b>56</b>
---------------------------	-----------

# 01

# DIE MARKE

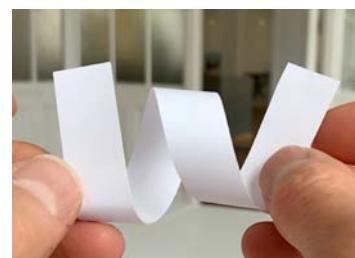
Signet .....	5
Logo .....	6
Logovarianten .....	7
Schutzraum .....	8
Geschäftsausstattung .....	9
Wappen .....	10
Projektkennung.....	11

# EIN LANDKREIS, ACHT GEMEINDEN EIN ZEICHEN.



## 01 | SIGNET

Ein Signet für den gesamten Landkreis Sankt Wendel, das mit seiner Form Name, Klang und Landschafts-Assoziationen widerspiegelt. W wie Sankt Wendel, W wie die „gewendelten“ Straßen im Landkreis – W wie Wir. Eine Form mit viel Potenzial. In der bekannten, aber aufgefrischten Farbigkeit: aktiv, freundlich und einladend.





Landkreis  
**Sankt  
Wendel**

## 01 | LOGO

Ziel ist es, die Marke Sankt Wendel in allen Medien aktiv, freundlich und einladend darzustellen. Das Signet unterstützt dies durch seine aktive Bewegung/Drehung und Dreidimensionalität.



- › geschwungene Form
- › dreidimensionale Farbverläufe
- › Form und Farbe des Signets spiegeln die landschaftlichen Facetten des Landkreises wider



- › In den Kommunikationsmedien des Landkreises dürfen nur originale Logo-Daten eingesetzt werden.
- › Es dürfen keine Veränderungen in Farbe, Form und Proportion vorgenommen werden!



**Landkreis  
Sankt  
Wendel**



## 01 | LOGOVARIANTEN

Ausgewählte Akteure erhalten eine eigene Logovariante mit individuellem Absenderzusatz.

**i** Soweit dies möglich ist, wird das 4-farbige Logo mit seinen Farbverläufen genutzt. Für wenige Ausnahmen gibt es das Logo auch in Graustufen und als Strichversion. Die Verwendung ist mit dem Presseamt abzustimmen. Dort erhalten Sie die entsprechenden Logodaten.



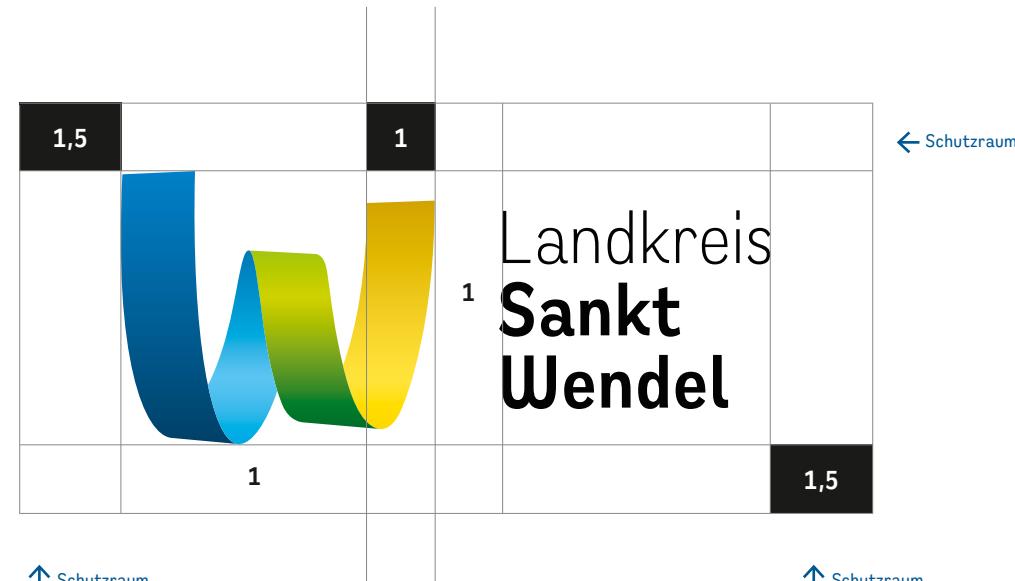
**Basis-Logo für über 90% aller Anwendungen.**  
Volle „Plastizität“ durch Signet mit Farbverläufen:  
D-Blau, H-Blau, Grün, Gelb, Schrift Schwarz.  
Uneingeschränkt einsetzbar in allen Druckverfahren, die mit der 4c Euroscala arbeiten (CMYK).  
Also Offsetdruck, Digitaldruck, rasterfähiger Siebdruck und die meisten 4c-Sublimationsdrucke (Textil/Porzellan...)



**Strichversion – Ausnahme!**  
Nur wenn auch Schwarz drucktechnisch nicht aufgerastert werden kann kommt diese Fassung zum Einsatz. z. B.: Fax, Stempel.



**Graustufen**  
Sollte der Druck in 4c drucktechnisch nicht möglich ergibt sich folgende Lösung: die 4 Tonwerte als Schwarzsatzer. z.B.: S/W Anzeigen im Zeitungsdruck oder S/W Laserdruck (Desktop)



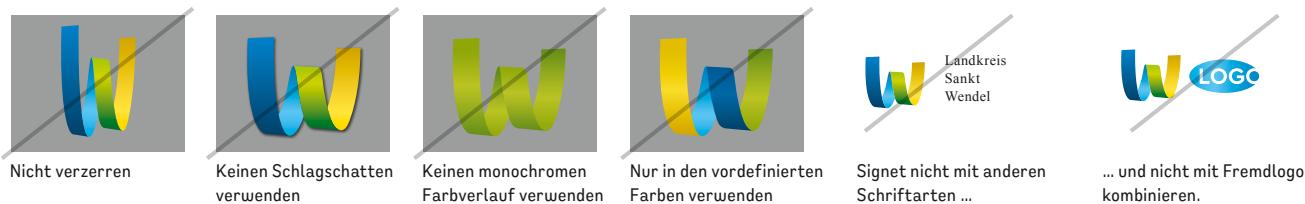
## 01 | SCHUTZRAUM

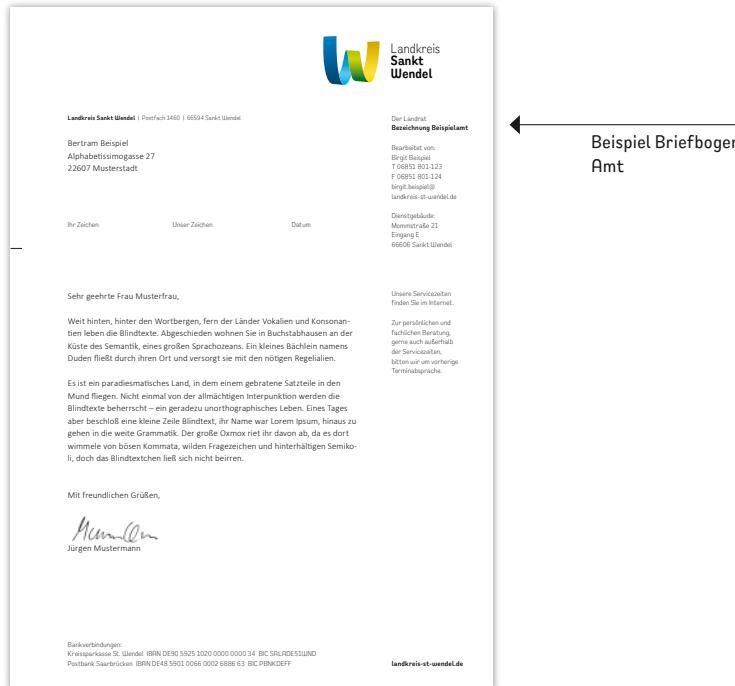
Um das Signet herum ist ein definierter Schutzraum zu berücksichtigen. Innerhalb des Schutzraumes dürfen keine anderen Text- oder Grafikelemente platziert werden. Der Abstand wird aus der Breite der gelben Logofläche abgeleitet.

Idealer Schutzraum  
oben und unten: 1 x Schutzraum (basierend auf gelber Logofläche)

links und rechts: 1,5 x Schutzraum (basierend auf gelber Logofläche)

### SO BITTE NICHT!





Briefbogen

### Beispiel Briefbogen Amt

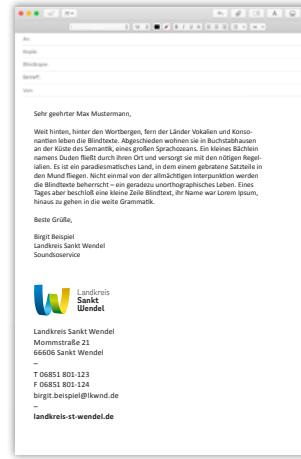
**Der Landrat**  
**Bezeichnung Beispieldamt**

Bearbeitet von:  
Birgit Beispiel  
T +49 6851 801-123  
F +49 6851 801-124  
birgit.example@landkreis-st-wendel.de

Dienstgebäude:  
Mommstraße 21  
Eingang E  
66606 Sankt Wendel

### Briefbogen (Ausschnitt)

Die Absenderangaben werden in der Vorlage jeweils individuell angepasst.  
Das jeweilige Amt ist durch den **Bold-Schriftschnitt** besonders hervorgehoben.



### E-Mail-Footer

## Presseinformation



### Übergabe von Tablets an sieben Gemeinden

Der Landkreis St. Wendel hat 384 Tabletcomputer für die Grundschulen in den Gemeinden Freisen, Marpingen, Namborn, Nonnweiler, Oberthal und Tholey besorgt. Dies über den „Digitalpakt Schule“ des Bundes. Inklusive notweniger Lizenz und Firewall. Kosten: rund 246.500 Euro.

Schulen, die Gelder aus dem Digitalpakt haben wollen, müssen Medienkonzepte erarbeiten. Die Schulträger beantragen dann die notwendigen Mittel beim saarländischen Bildungsministerium. Diese Arbeit – die Ausarbeitung der Anträge – hat der Landkreis sieben Gemeinden, die die Träger ihrer Grundschulen sind, abgenommen, was Geld und Zeit sparte. Auch bei der Wartung der Geräte wird der Landkreis tätig sein.

Für seine weiterführenden Schulen hat der Landkreis bereits Tabletcomputer im Wert von rund 322.000 Euro angeschafft. Für die Dr.-Walter-Bruh-Schule mit ihren drei Standorten gab es zudem bisher 530.450 Euro aus dem Digitalpakt, dies nicht nur für Tabletcomputer, sondern auch für digitale Tafeln und den WLAN-Ausbau. Anträge weiterer Schulen sind in Arbeit.

Über das Sofortausstattungsprogramm, einer Zusatzvereinbarung des Digitalpakts, wurden 814 Tabletcomputer für Grund- und weiterführende Schulen im Wert von 440.186 Euro angeschafft, über ein weiteres Förderprogramm für besonders bedürftige Schülerinnen und Schüler zudem 920

Verantwortlich:  
Fabrizia Heisberger  
Postfach 1460  
66594 Sankt Wendel  
T 06851 801-2050  
F 06851 801-2092  
landkreis-st-wendel.de

### Pressemitteilung

## 01 | GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Auf Briefbögen und Visitenkarten wird das Logo des Kreises eingesetzt. Das Signet wird großflächig im Anschnitt auf der Visitenkarten-Rückseite platziert.



- In allen Office-Vorlagen wird die Schriftart Calibri verwendet.
- Templates in Word bzw. PowerPoint werden zur Verfügung gestellt.



Visitenkarten



Briefumschlag



Briefbogen  
Landrat

## 01 | DAS WAPPEN

Das Wappen des Landkreises wird weiterhin genutzt. In den werblichen Kommunikationsmedien wird das Wappen nicht mitgeführt.

Das Logo des Landkreises hingegen wird vom Landrat mitgenutzt.

S(MAR)T.  
WENDELER  
LAND 

MUNDART-  
SYM  POSIUM

BILDUNGS  
NETZ  WERK

**Beispiele für Projektkennungen**  
Die Kennungen nutzen die Farbe des jeweiligen Bereiches. vgl. Seite 13

NULL  EMISSION



## 01 | PROJEKTKENNUNG

Eigenständige Projekte des Landkreises erhalten eine Absenderkennung. Das Logo des Landkreises bleibt in der werblichen Kommunikation der Hauptabsender und wird immer mitgeführt.



Für konkrete Anfragen zur Verwendung und Einsatz wenden Sie sich an die Pressestelle des Landkreises.

02

# GESTALTUNGS ELEMENTE

Farben.....	13
Typografie.....	14
Bildsprache .....	15
Piktogramme.....	19

## HAUPTFARBEN



WND dBlau	
CMYK	100/43/0/29
Pantone	301 C
RGB	0/88/147

✓ VERWALTUNG



WND Gelb	
CMYK	0/12/100/10
Pantone	7405 C
RGB	238/202/0

✓ KULTUR & BILDUNG



WND Grün	
CMYK	51/0/100/7
Pantone	376 C
RGB	138/182/29

✓ SOZIALES



WND hBlau	
CMYK	63/0/0/0
Pantone	298 C
RGB	75/194/241

✓ HEIMAT UND REGIONAL-ENTWICKLUNG

## ERGÄNZUNGSFARBEN



WND dGrün	
CMYK	100/0/83/33
Pantone	3415 C
RGB	0/115/68



WND Grau	
CMYK	0/0/0/75
Pantone	424 C
RGB	99/99/98

## VERLÄUFE / FLÄCHENFARBEN



WND dBlauV	
CMYK	Punkt 1: 100/43/0/29
Punkt 2:	100/32/0/24
Punkt 3:	100/35/0/61



WND GelbV	
CMYK	Punkt 1: 0/13/100/16
Punkt 2:	0/6/86/5
Punkt 3:	0/26/100/22



WND GrünV	
CMYK	Punkt 1: 40/0/100/23
Punkt 2:	28/0/92/12
Punkt 3:	22/0/100/35



WND hBlauV	
CMYK	Punkt 1: 78/7/0/3
Punkt 2:	60/0/0/0
Punkt 3:	95/22/0/10



WND dGrünV	
CMYK	Punkt 1: 86/0/87/36
Punkt 2:	90/0/85/0
Punkt 3:	100/0/89/40



WND GrauV	
CMYK	Punkt 1: 0/0/0/82
Punkt 2:	0/0/0/68
Punkt 3:	0/0/0/91

## 02 | FARBEN

Das eingesetzte Farbschema wird im Wesentlichen aus dem Logo-Signet abgeleitet. Die Farben sind den verschiedenen Verwaltungsthemen fest zugeordnet.



- › CMYK: Ob Digital- oder Offsetdruck, beim mehrfarbigen Druck (4c) kann in der Regel mit den CMYK-Werten gearbeitet werden.
- › Die Haupt- und Ergänzungsfarben sind für alle relevanten Farbsysteme definiert.



› Die Farbverläufe sind in den jeweiligen Grafik-Vorlagen bereits als vordefinierte Farbfelder hinterlegt.

› Farbverläufe werden nur bei Flächen und großen Headlines mit ausreichender Strichstärke eingesetzt

› Verlaufsflächen sind in einem 30°-Winkel angelegt



› Linien und Outlines werden nur in den Hauptfarben eingesetzt

› Die Ergänzungsfarben **dGrün** und **Grau** werden in Ausnahmen nur in Abstimmung mit dem Presseamt eingesetzt.



## 02 | TYPOGRAPHIE

Ein markantes Gestaltungselement ist der Einsatz der Typografie. Die Schriften sind aufeinander abgestimmt. In allen professionell gestalteten Print- und Onlinemedien wird die Schrift Remora Sans W1 in Kombination mit der Questa für längere Fließtexte verwendet. Im Office-Bereich kommt die Calibri zum Einsatz.



**Remora Sans** | Sehr gut ausgebaut Schrift von Nick Cooke aus dem Jahr 2017. Modern, unaufgeregt klar und dennoch eine Anspielung an den „Schwung“ des Sankt Wendeler Landes mit Mittelgebirge und Wasser. Die ungewöhnlichen und dezent platzierten Bögen verweisen auf das „gewendelte“ W.

Landkreis  
Sankt  
Wendel

**Remora Sans Black** | Wendel 1 2 3 4 5

**Remora Sans Bold** | Wendel 1 2 3 4 5

**Remora Sans Demi** | Wendel 1 2 3 4 5

**Remora Sans Medium** | Wendel 1 2 3 4 5

**Remora Sans Light** | Wendel 1 2 3 4 5

**Questa Regular** | Wendel 1 2 3 4 5

**Questa Italic** | Wendel 1 2 3 4 5

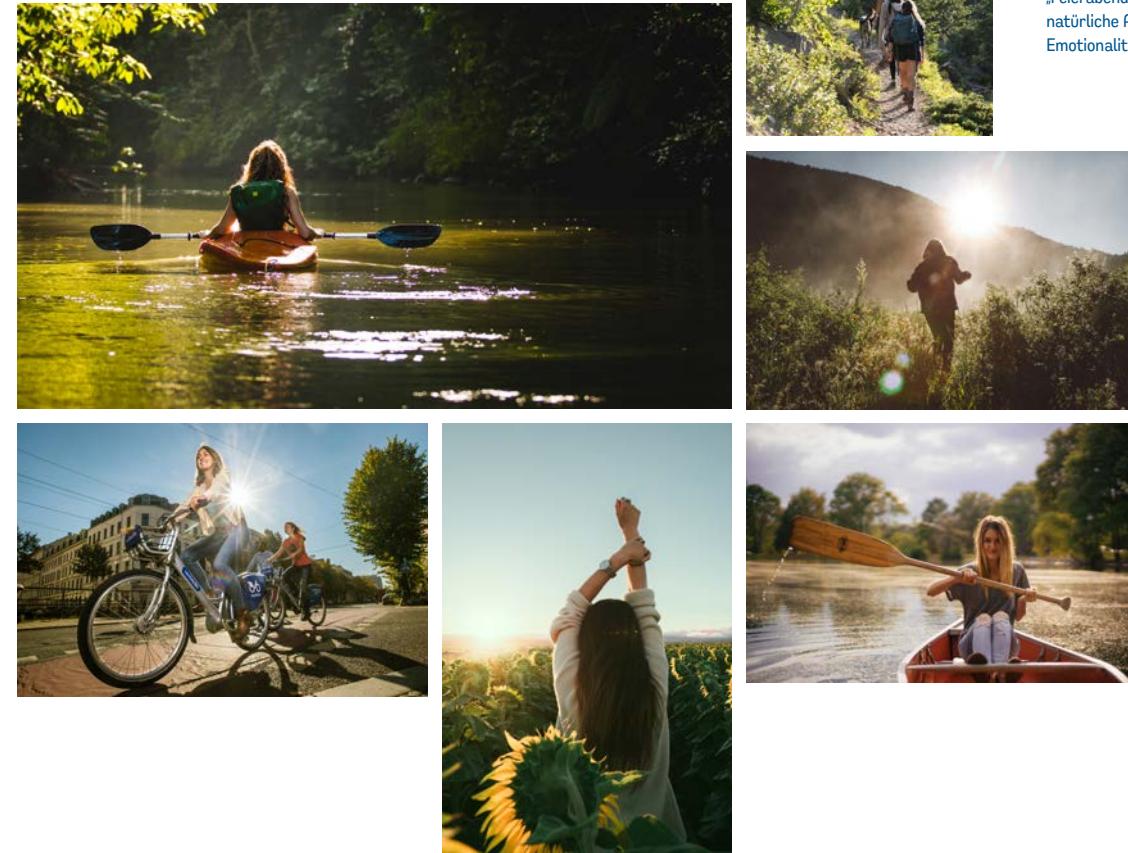
Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktions werden die Blindtexte beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben. Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik.



- › Die Schriften lassen sich über die Adobe Creativ Cloud einfach aktivieren und auch für Web-Anwendungen nutzen.
- › In allen Office-Anwendungen und Geschäftsdrucksachen des Landkreises Sankt Wendel wird die System-Schrift Calibri eingesetzt. In der Regel ist die Schrift auf jedem Rechner bereits vorinstalliert. Im Zweifel fragen Sie Ihre Systemadministration.

**don't:**

Mittagssonne und zu „alltäglich inszeniert“



**do:**  
„Feierabend & Morgensonne“  
natürliche Aufnahmen  
Emotionalität transportieren

## 02 | BILDSPRACHE

Locke, sympathisch, authentisch – möglichst kein Stockmaterial! – Mensch im Vordergrund, professionell, ungewöhnliche Perspektiven, kurze Schärfe, Details, Close-Ups. Das Bildmotiv orientiert sich grundsätzlich am Thema. Motive werden je nach Themen aus der Region oder aus dem Landkreis ausgewählt.



**Bild-, Persönlichkeits- und Nutzungsrechte sind zu beachten.**

## SYMBOLBILDER



## STIMMUNGSBILDER

kurze Schärfe, ruhige und neutrale Bildanteile können z. B. als „Hinterleger“ für Text dienen

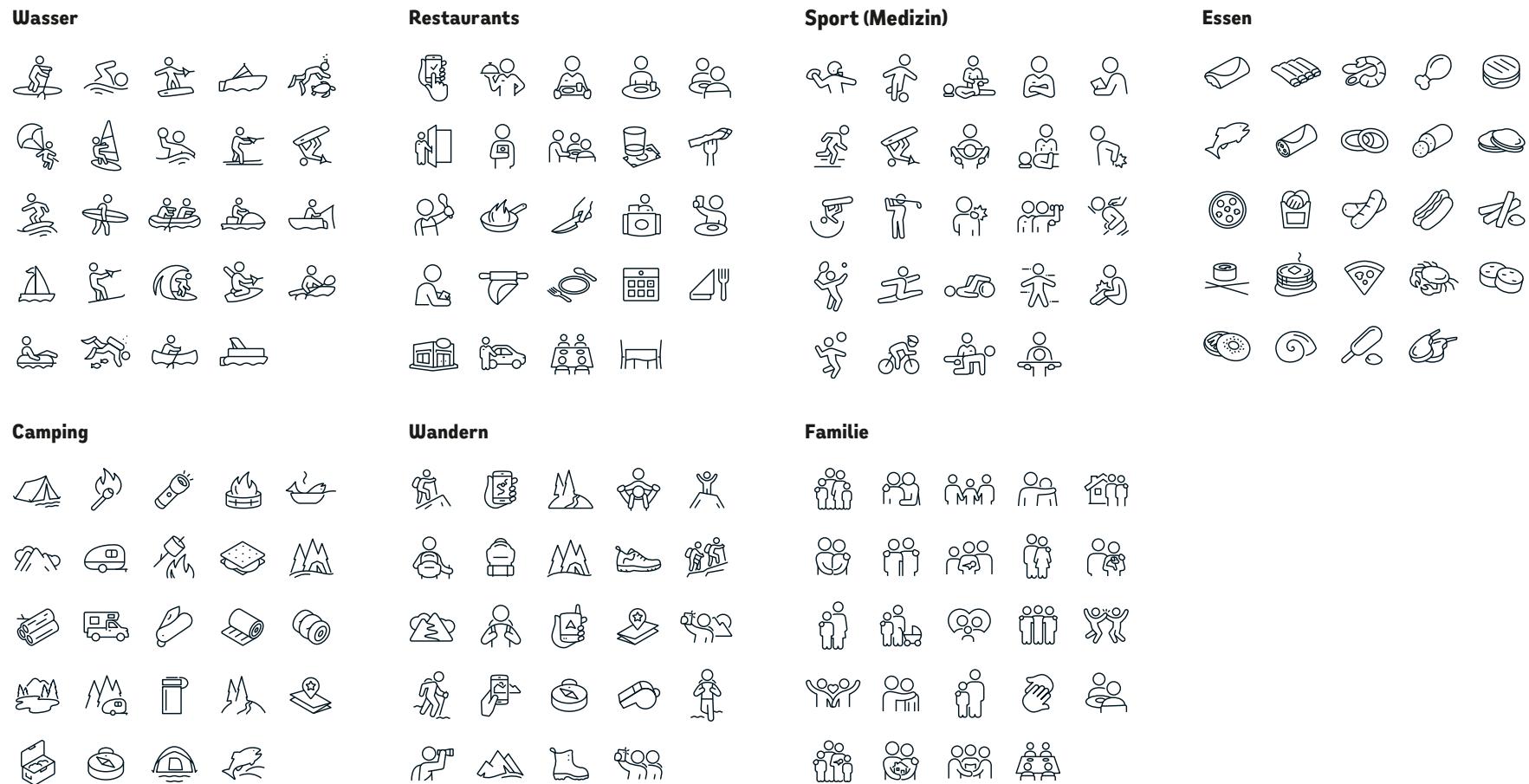




## PEOPLE

„nah ran“  
aktiv als Gruppe, Paare





## 02 | PIKTOGRAMME

In einzelnen Medien können Piktogramme eingesetzt werden, um Inhalte und Themen zu verdeutlichen oder zu illustrieren. Die Piktogrammbibliothek kann je nach Einsatz und Bedarf erweitert werden.

03

# LANDKREIS GESTALTUNGSGRUNDLAGEN

DIN-Formate, Logogrößen.....	21
Plakate.....	22
Power Point .....	23
Seitengestaltung A4 .....	24
Seitengestaltung DIN lang .....	25
Schriftgrößen, Sprachen .....	26
Papierempfehlung .....	27

## ANWENDUNGSBEISPIELE

Anzeigen .....	28
Fahrzeuge.....	29
Linienbusse .....	30
Infomappen, Notizblöcke .....	31
Roll-up, Messestand.....	32
Roll-up-Kombination mit Wappen .....	32
Roll-ups Ämter .....	33
Fahnen.....	35
Beschilderung .....	37
Glückwunschkarten.....	38
Mitarbeiterkleidung.....	39

A4 quer - 100%



210x210 - 75%



A4 - 100%



A5 - 75 %



A6 - 55 %

Visitenkarte  
75%

## Empfehlungen für Logo-Größen

Skalierung	W-Breite	Format
75 %	ca. 18 mm	Visitenkarten
75 %	ca. 18 mm	DIN lang
55 %	ca. 14 mm	DIN A6
75 %	ca. 18 mm	DIN A5
100 %	ca. 25 mm	DIN A4
140 %	ca. 35 mm	DIN A3
200 %	ca. 50 mm	DIN A2
280 %	ca. 70 mm	DIN A1

Beispiele für Standardtitel/Plakate



## 03 | DIN-FORMATE, LOGOGRÖSSEN

Auf Broschürentiteln wird das Logo für die optimierte Wiedererkennung auf einer weißen Fläche platziert. Die daran anschließende Farbfläche bietet Platz für Titel, Untertitel sowie Ämterangabe. Die Größe des Farblabels und des Logos ist aus den jeweiligen Gestaltungsvorlagen zu entnehmen. In handlichen DIN-Formaten von A3 bis A5 stehen die Label auf einer gemeinsamen Grundlinie (Abstand unterer Rand 16mm).



Die Positionierung der Logo-eps-Datei in 100% ist optimiert für den Einsatz in A4-Unterlagen



Aufbau analog Broschürentitel:  
hohe Wiedererkennung



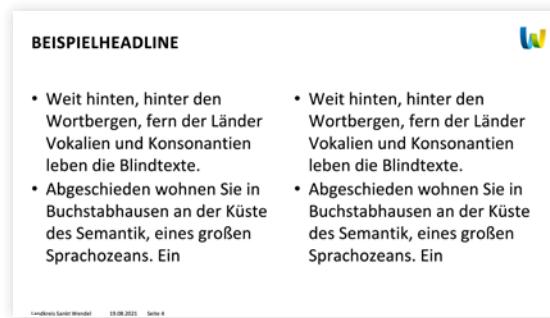
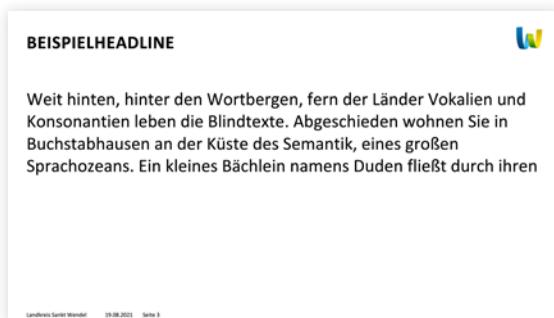
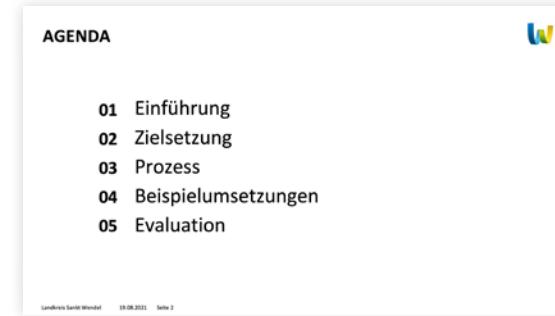
Größerer Farbbereich für längere  
Textinhalte sowie Platzierung einer  
Logo-Leiste



Wenig Text

### 03 | PLAKATE

Je nach Contentmenge bietet das grafische System verschiedene Möglichkeiten für die Plakatgestaltung. Grundsätzlich sollte das Plakat über ein prägnantes Fotomotiv wirken.



## 03 | POWER POINT

Für Präsentationen wird eine einheitliche Vorlage verwendet. Es stehen verschiedene Folien im Folienset zur individuellen Verwendung bereit.



- › Bitte nur noch diese Vorlage verwenden.
- › Alte Präsentationsinhalte möglichst in die neue Vorlage überführen.
- › Die Vorlage wird über das Presseamt verteilt

Variante für den Tourismusbereich



## 03 | SEITENGESTALTUNG DIN A4

Broschüren zeichnen sich durch thematisch großzügige Bilder und durch den gezielten Einsatz von Weißraum aus. Das zugrunde liegende Raster bildet die Basis für eine variantenreiche, spannende Gestaltung.



- › Es stehen InDesign-Templates für den professionellen Einsatz zur Verfügung

**Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelalien.**




Landkreis  
Sankt  
Wendel

**BEISPIELAMT**  
 Musteramt 22-23  
 66605 St. Wendel  
 T +49 6851 801-8101  
 F +49 6851 801-8151  
[landkreis-st-wendel.de](http://landkreis-st-wendel.de)



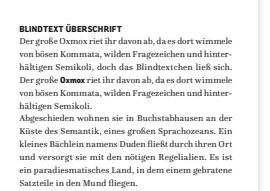


**MUSTER**  
**HEADLINE**  
Subline des Flyers  
**BEISPIELAMT**



## HEADLINE IM FLYER





**BLINDETEXT ÜBERSCHRIFT**  
 Der große Oxnox riet ihr davon ab, da es dort wimmelt von bösen Kommaten, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindefexchen ließ sich.  
 Der große Oxnox riet ihr davon ab, da es dort wimmelt von bösen Kommaten, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli.  
 Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelalien. Es ist ein paradiesmäisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen.

**Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelalien. Es ist ein paradiesmäisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen.**

- In kleiner Text stehen der wichtige tolle Infos
- In kleiner Text stehen der wichtige tolle Infos enthalt die man auf jedenfall noch
- In kleiner Text stehen der wichtige tolle Infos enthalt die man auf jedenfall noch



## 03 | SEITENGESTALTUNG DIN LANG

Das für Faltblätter klassische Format basiert auf denselben grafischen Grundlagen wie die DIN-A4-Broschüren. Das dahinter liegende Raster ist dem Format entsprechend angepasst.



- › Es stehen InDesign-Templates für den professionellen Einsatz zur Verfügung

# WELLNESS

unter freiem  
Himmel

## HEADLINES

Remora Sans, Demi und Light, Versalien  
Größe: 50pt - 170pt (abhängig vom Format)  
auf Fotos und Farbflächen in Weiß  
auf Weiß in Schwarz

**W**eit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantier leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. In dem einem gebratene Satzzeile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtiger Interpunktions werden die Blindtexte beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben.

große Oxmax riet ihr davon ab, da es dort wimmele von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli.

## BLINDTEXT ÜBERSCHRIFT

Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklimmen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline

## INITIALEN

Remora Sans, Demi, Versal  
Größe: über drei Zeilen  
Farbe: Bereichsfarbe / Thema

## FLIESSTEXT

Questa Regular  
Größe: 9pt (13pt Zeilenabstand)  
Farbe: Schwarz

## ZWISCHENHEADLINES IM FLEISSTEXT

Remora Sans, Bold, Versalien  
DIN A4 / lang: 9pt  
Farbe: Schwarz

**Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den**

## EINLAUFTEXTE

Remora Sans Medium  
DIN A4 / lang: 24pt (27pt Zeilenabstand)  
Farbe: entsprechend des Themas/Rubrik

- in kleiner Text stehen der wichtige tolle Infos
- in kleiner Text stehen der wichtige tolle Info man auf jedenfall noch
- in kleiner Text stehen der wichtige tolle Ir die man auf jedenfall noch tolle Infos enthält jedenfall noch

1 Wanderer unterwegs auf dem Weg-Xy  
2 Aussicht von Standort Xy der Mountainbiketour

## AUFZÄHLUNGEN

Remora Sans Medium  
DIN lang: 9pt (13pt Zeilenabstand)  
Farbe: Schwarz  
Bullet-Zeichen: Farbe entsprechend des Themas/Rubrik

## BILDUNTERRSCHRIFTEN

Remora Sans Medium  
DIN lang: 8pt (10pt Zeilenabstand)  
Farbe: Schwarz

## 03 | SCHRIFTGRÖSSEN, SPRACHEN

Für klassische DIN Formate sind eine Reihe von Schriftgrößen und -schnitten definiert worden und werden als Empfehlung angesehen.

Je nach Thema, Länge und Art des jeweiligen Mediums dürfen diese in angemessenem Rahmen angepasst werden.



› Innerhalb der InDesign-Templates für den Profi-Einsatz, sind Stilvorlagen hinterlegt.

in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktions werden die Blindtexte beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben.

Niederländisch Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. In dem einem gebratene Satzzeile in den

## FREMDSPRACHEN

Format für Fließtexte.  
Abweichung:  
1. Fremdsprache: WND grau  
2. Fremdsprache: WND grau, Italic

MATERIAL	PRINTMEDIEN	FORMAT	GRAMMATUR-EMPFEHLUNGEN
<b>IGEPA Circle Offset Premium White (Hochweiß)</b>	Briefbogen	DIN A4	90 g/qm
	Visitenkarten	55 x 85 mm	300 g/qm
	Einladungskarten	DIN lang	300 g/qm
	Postkarten	A6	300 oder 350 g/qm
	Blöcke	DIN A4/A5	100 g/qm
	Flyer*	DIN lang	160 g/qm
	Broschüren*	DIN A4	Umschlag: 250 oder 300 g/qm   Inhalt 120 oder 140 g/qm
	Poster / Plakate		bis A3 100 g/qm   ab A2 120 g/qm
	Umschläge	DIN C4 / DIN lang	lt. Angaben IGEPA Circle Offset Premium White (Hochweiß)
	Zeugnisse	A4	200 g/qm
	Urkunden	DIN A3/A4	250 g/qm

\*Grammatur abhängig von Umfang und Einsatz des Mediums

Hersteller-Infos  
(Stand 09.2021)

**Eigenschaften** Hochwertige Anmutung, sehr hohe Weiße, FSC®-zertifiziert und ausgezeichnet mit dem Blauen Umweltengel und EU Ecolabel, 80 – 160 g/qm, Laser-, Inkjet- und Preprint geeignet.

**Vorteile** Breites Grammatspektrum

**Nutzen** Beitrag zum Umweltschutz, beste Druck- und Weiterverarbeitungseigenschaften

**Anwendungen** Zeitungsbeilger, Wurfsendungen, Umweltberichte, Schreibtischunterlagen, Prospekte, Programmhefte, Preislisten, Postwurfsendungen, Mailings, Kataloge, Hefte, Flyer, Broschüren, Blöcke, Beileger, Beihefter, Bedienungsanleitungen, Anzeigenblätter

**Besonderheit** 80g/qm bis 350g/qm für Trockentoner-Verfahren geeignet. Alle Angaben zu den Digitaldruck-Verfahren sind Empfehlungen und ausdrücklich keine Garantien. Bitte beachten Sie die Anforderungen der Digitaldruckmaschinenhersteller und deren Spezifikationen zur Verwendung und Eignung der Bedruckmaterialien

## 03 | PAPIEREMPFEHLUNG

Für verschiedene Printmedien ist es ratsam eine passende Sorte und Grammtur zu wählen.  
Oben genannt sind einige Empfehlungen die bei Druckanfragen berücksichtigt werden sollten.



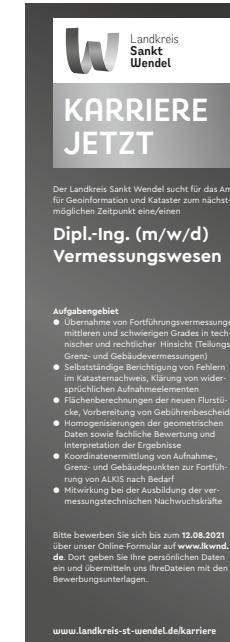
Besonders ausschlaggebend für die Materialauswahl sind der Umweltschutzaspekt durch mehrfache Zertifizierung sowie ein großer Umfang an verschiedenen Grammaturen für diverse Einsatzgebiete.



Anzeige Landkreis



Anzeige Stellen



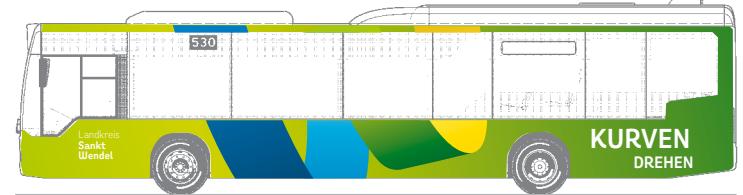
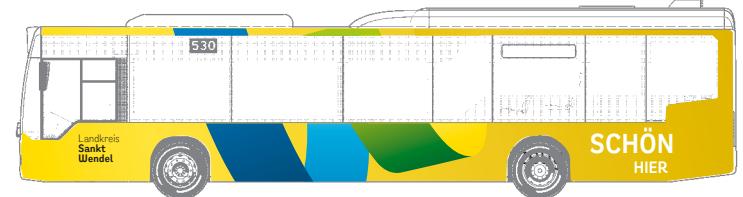
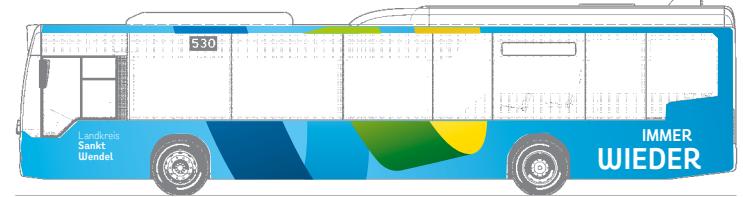
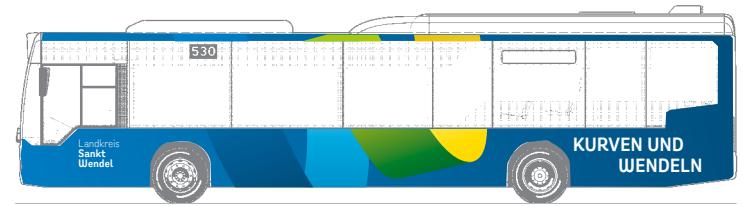
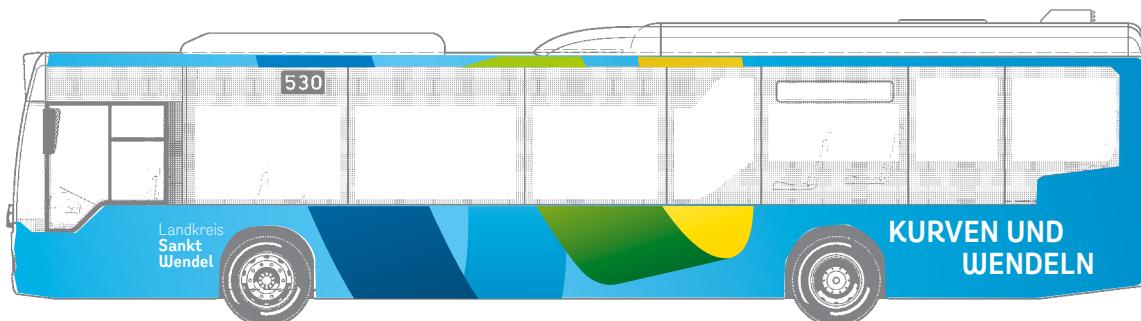
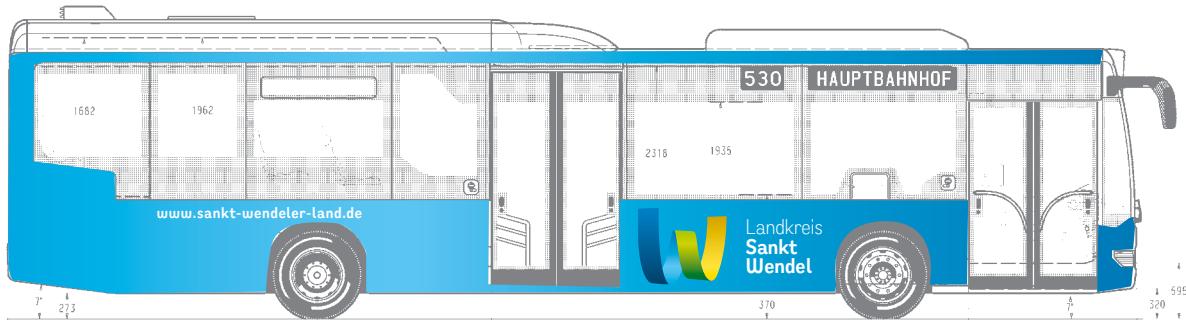
Anzeige Stellen s/w



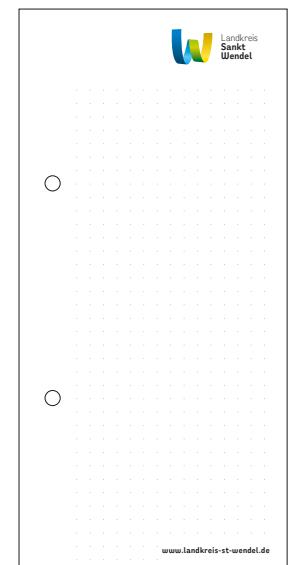
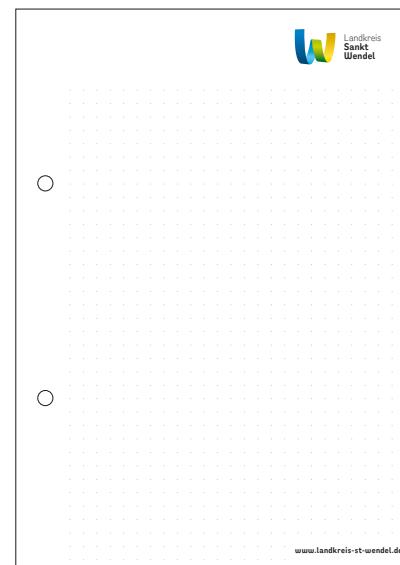
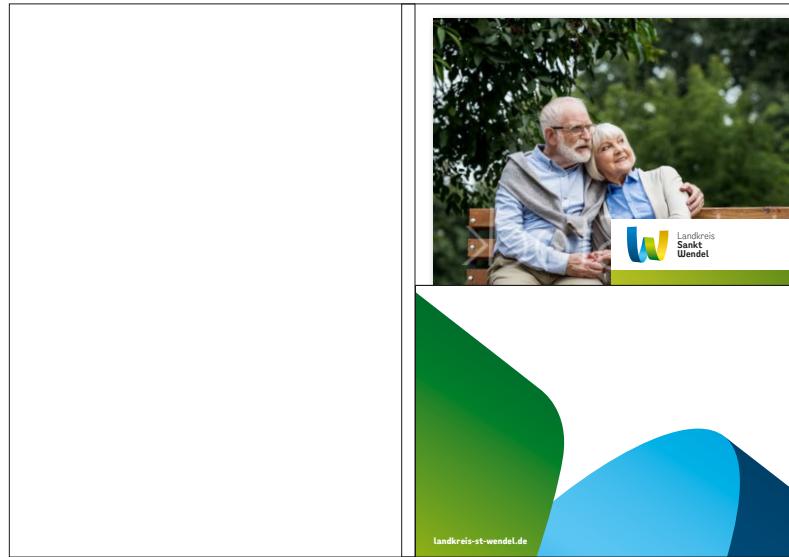
eigene „Flotte“



Das Signet lässt sich im öffentlichen Raum vielfältig kommunizieren.



## 03 | LINIENBUSSE



### 03 | INFOMAPPEN, NOTIZBLÖCKE



### 03 | ROLL-UP, MESSESTAND



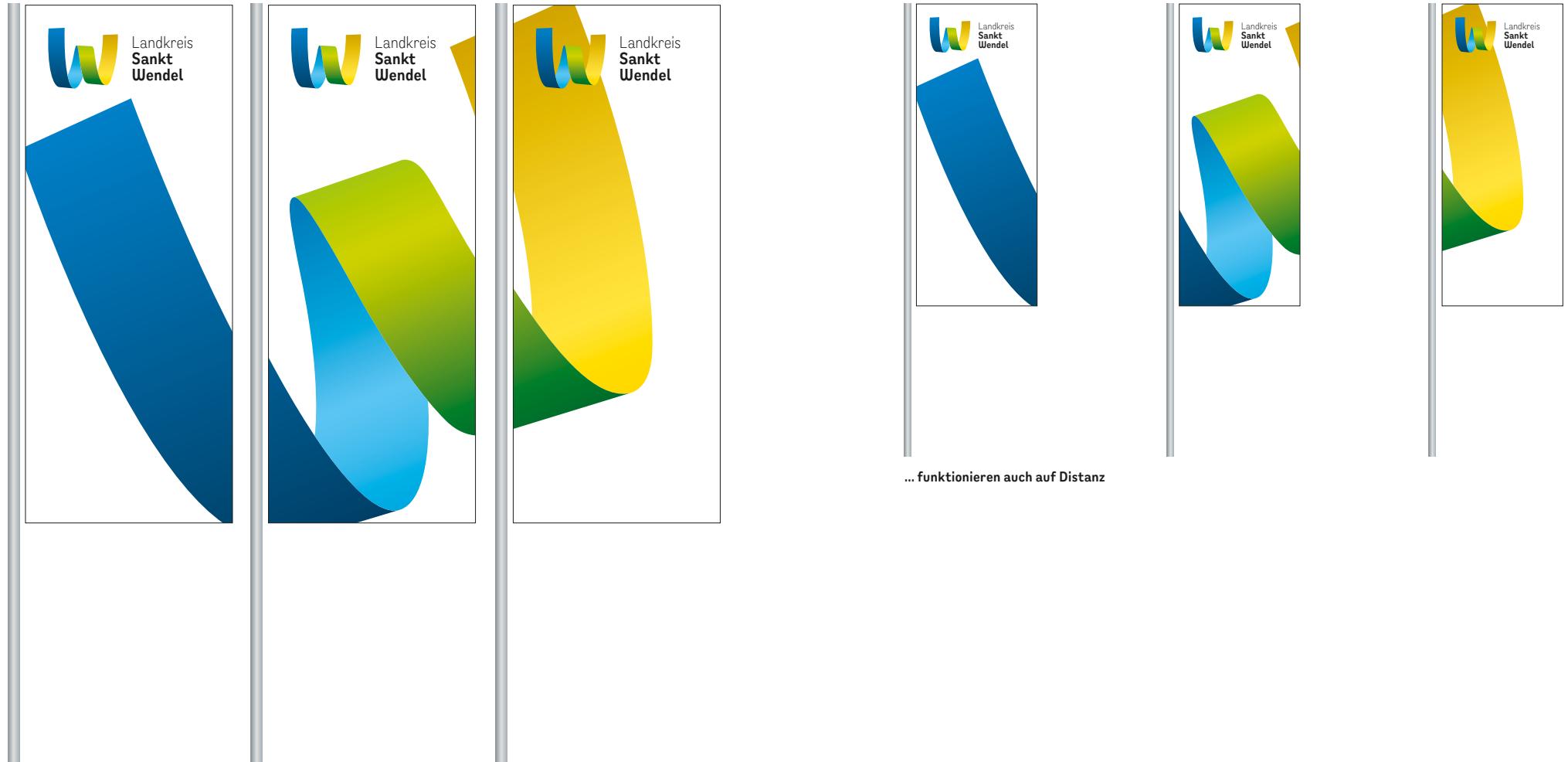
Moderationskarten A5



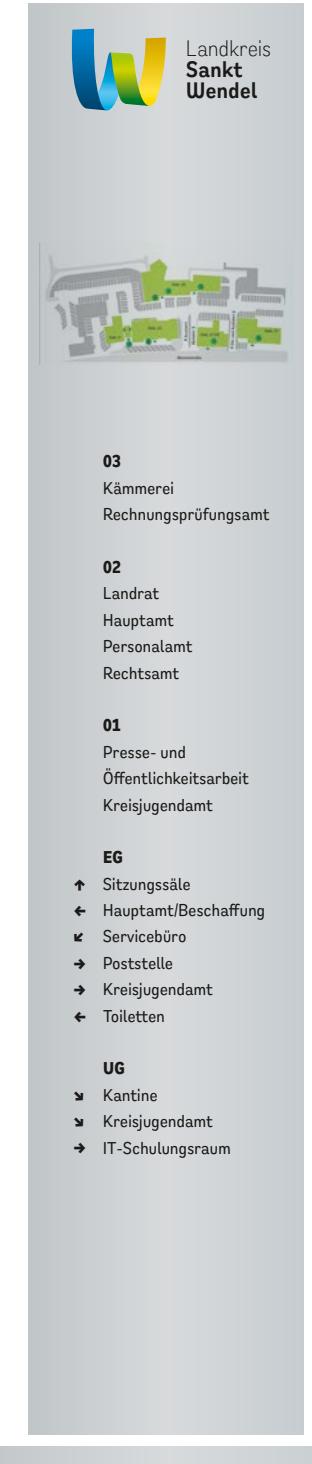
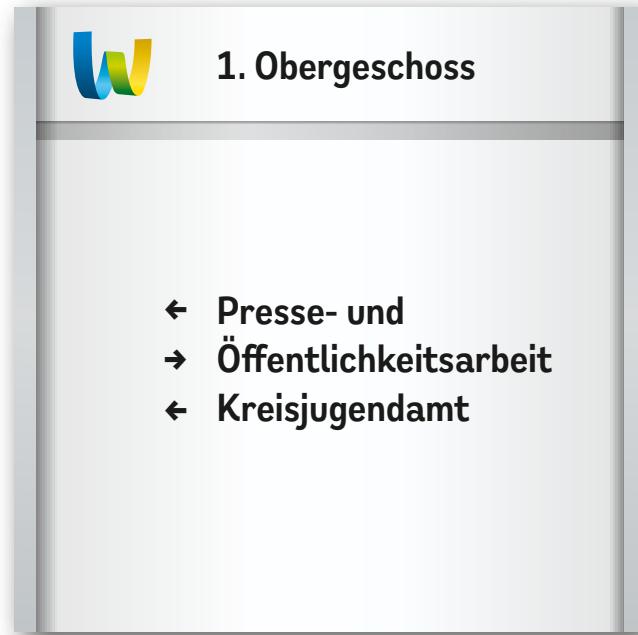


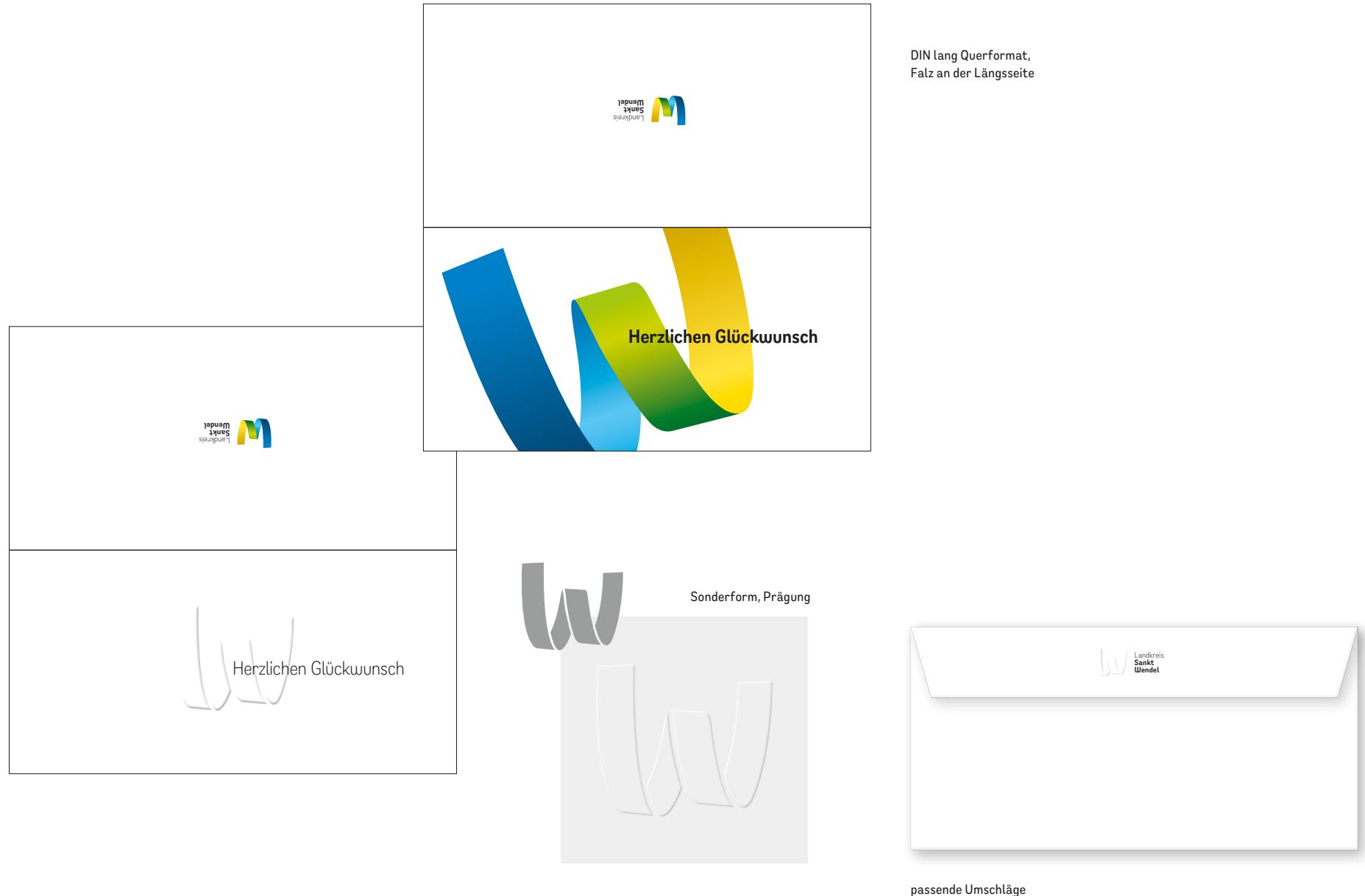
## 03 | ROLL-UPS ÄMTER

Bei der Umsetzung von Roll-ups werden für unterschiedliche Aussagen und/oder Textmengen verschiedene Templates vorgehalten. Das Farbe-zu-Bild-Verhältnis variiert dabei.











Beispiel Bestickung, Hemd/Bluse

# 04

# TOURISTISCHE UND WERBLICHE ANSPRACHE

Umgang mit dem Logo .....	41
Titelgestaltung .....	42
Seitengestaltung 210x210.....	44
Typografie, Wording.....	45

## ANWENDUNGSBEISPIELE

Web .....	46
Mitarbeiterkleidung .....	47
Merch .....	48
Seitengestaltung Tourismus-Angebote .....	50
Roll-up, Messestand .....	51
Fahnen .....	52
Reisebus .....	54
Anzeigen .....	55



Fest definiertes Absender-Logo für den Einsatz auf Briefbögen, Visitenkarten etc.

## 04 | UMGANG MIT DEM LOGO

Für die touristische und werbliche Ansprache werden Logo-Einsatz und Corporate Design-Grundlagen noch etwas freier interpretiert. Das klassische Logo kann auf plakativen Medien in seine Bestandteile (Signet und Schriftzug) zerlegt werden, die sich ineinander verschränken. So wirkt das Zeichen noch moderner und passt sich – je nach Untergrund – der Gestaltung an. Die Fernwirkung und Wiedererkennung wird gleichzeitig erhöht.



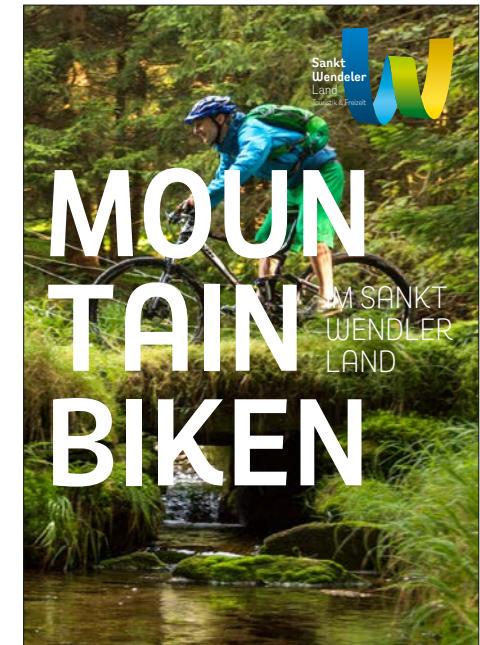
- › Freie, werblichere Variante für mehr Ausdruck
- › Die Absender-Kennung (mit/ohne Unterzeile) kann je nach Einsatzort rechts oder links vom Signet platziert werden.
- › Die Proportionen untereinander sind nicht festgelegt, wobei das Signet jedoch immer den wesentlichen Akzent setzt.





## 04 | TITELGESTALTUNG

Broschürentitel im Tourismusbereich wirken durch das Vollbild und einen möglichst „knackigen“ Drei-Zeiler besonders einladend. Für die Schrift- und Logoproportionen gibt es Vorlagen.





04 | SEITENGESTALTUNG 210x210

Das Raster lässt sich auch auf quadratische Formate gut anwenden. Es eignet sich für Bildstrecken ebenso wie für längere Lesetexte.

i

- › Abgerundete Ecken werden dezent und bewusst eingesetzt
  - › Infokästen greifen Rundungen ebenfalls auf, in Anlehnung an die Logoform



Für Profi-Anwendungen im  
Tourismus-Bereich: ergänzen-  
de Handschrift lockert die  
Gestaltung auf

# Gondess

Buchstabhausen an der  
Küste des Semantik, eines  
großen Sprachozeanus.

## 04 | TYPOGRAPHIE, WORDING

Noch mehr Schwung kommt ins Design durch den gezielten Einsatz der „Handschrift“ Gondess.  
Die Ansprache ist aktivierend und wird gestalterisch über den 3-zeiligen Satz mit teils ungewöhnlichen Wort-Trennungen unterstützt.

ER  
HO  
LUNG

IM SANKT  
WENDELER  
LAND

LOS  
WAN  
DERN

IM SANKT  
WENDELER  
LAND

KULI  
NAR  
ISCH

IM SANKT  
WENDELER  
LAND



Für Titel und Headlines:  
ungegewöhnliche Trennung  
und aktivierendes Wording



Studie für die touristische Website

## 04 | WEB

„Gelerntes“ Erscheinungsbild auch für die digitalen Anwendungen.

**BOS TAL SEE**

Virtuelle Bootsfahrt

Willkommen am Bostalsee

Ihr Suchbegriff

Suchen

Wochenend-Gutscheine

Weiterlesen

Der Bostalsee

Den See entdecken





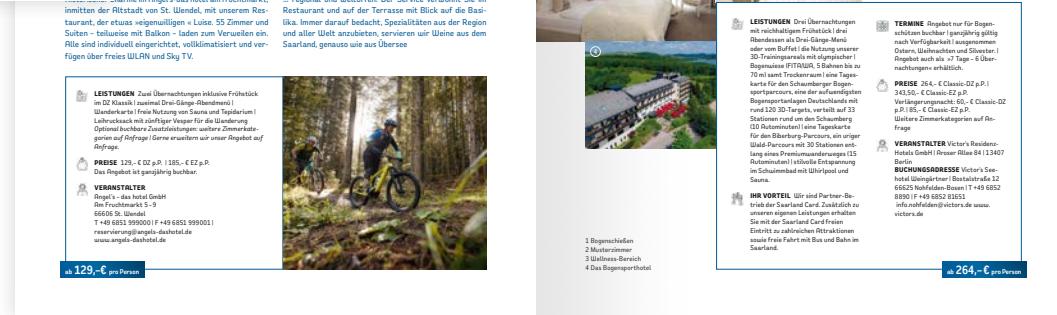
Aufkleber Pkw für  
BürgerInnen/Gäste





1/2-Seite Angebote

1/4-Seite



1/1-Seite









**MÄRCHEN  
HÄUSER  
CAMPINGPLATZ  
BOSTALSEE**

Voll ausgestattete Mietunterkünfte für Familien

Campingplatz Bostalsee  
Am Campingplatz 1  
66625 Nohfelden-Bosen  
Telefon +49 6851 801-8050  
campingplatz@bostalsee.de

- Ganzjährig buchbar
- Jedes Haus mit eigenem Sanitärbereich
- Spielgeräte direkt am Haus
- Jedes Haus mit individuellem Motiv
- Ideal für Familien mit 2 – 3 Kindern
- Ruhige Bucht des Campingplatzes
- Mit eigener Terrasse und Mobiliar
- Mehr Infos: camping.bostalsee.de

Sankt  
Wendeler  
Land  
Touristik & Freizeit

**SOMMER  
ANGEBOTE  
WANDERN**

Geführte Wanderung mit  
Blindtext und allem Komfort

Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch  
ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regel-  
alien. Es ist ein paradiesmäisches Land, in dem  
einem gebratene.

ab 85,50 €  
pro Person

mehr auf:  
[bostalsee.de/sommerangebote](http://bostalsee.de/sommerangebote)

Sankt  
Wendeler  
Land  
Touristik & Freizeit

# 05 KONTAKT

Stimmen Sie die Nutzung des Gestaltungsprinzips vor der Realisation in Print- und Onlinemedien bitte mit dem Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ab:

Landkreis Sankt Wendel  
Fatma Hinsberger  
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
T 06851 801-2050  
F 06851 801-2092  
[Presseamt@lkwnd.de](mailto:Presseamt@lkwnd.de)