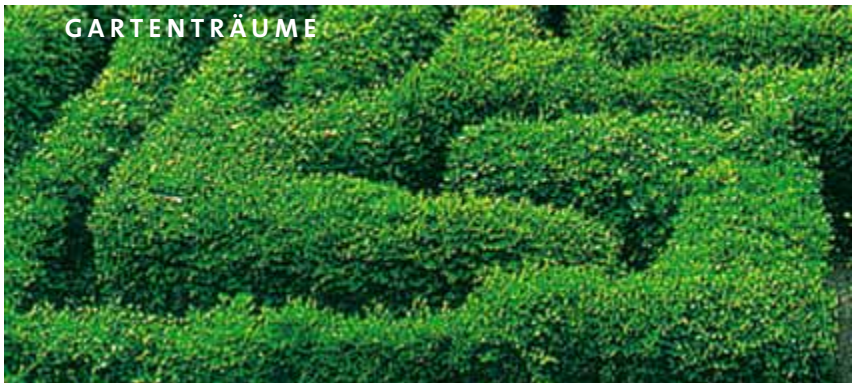


CORPORATE DESIGN MANUAL  
GARTENTRÄUME





### **Corporate Design**

Die von der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH ins Leben gerufene Tourismus-Initiative „Gartenräume“ ist neben der „Straße der Romanik“ und dem „Blauen Band“ eine tragende Säule der touristischen Vermarktung unseres Landes. Ihr Erfolg ist wesentlich von einem klar erkennbaren Auftritt und einer eigenen unverwechselbaren Identität abhängig.



Dieses Manual bildet mit seinen Vorgaben die Basis für ein einheitliches Erscheinungsbild mit sicherer Identifizierung und hoher Wiedererkennbarkeit.

Nur durch die Einhaltung dieser Vorgaben für Logo, Farben und Schrift können alle Beteiligten als Teil eines wohlüberlegten Gesamtkonzeptes wahrgenommen und weiter erkannt werden.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dr. Carlhans Uhle'. The signature is fluid and stylized, with a prominent initial 'U'.

Dr. Carlhans Uhle  
Geschäftsführer Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH



### **Historische Parks in Sachsen-Anhalt**

Das Logo „Gartenträume“ besitzt die Funktion einer Dachmarke, die dem Gesamtkonzept dieser touristischen Säule Ausdruck verleiht. Es besteht aus Signet und Wortmarke.

Die Grundidee des Signets basiert auf einem Quadrat mit unregelmäßigen Kantenverläufen und einer Spirale, welche für das sich „Entfaltende in der Natur“ steht und Bewegung, Offenheit, Leichtigkeit, Wandel und Verspieltheit assoziiert. Die Spirale als gestalterisches Element findet sich häufig in der Gartenkunst des 16. bis 18. Jahrhunderts wieder.



Die Wortmarke, gebildet aus „Garten“ und „Träume“, ist über bzw. unter dem Signet angeordnet und steht als erklärender Schriftzug immer in Verbindung mit diesem.

Die Kombination der in lockerer Pinselschrift ausgeführten Wortmarke und des im Charakter dazu passenden Signet spiegelt das Unregelmäßige und die Formenvielfalt in der Natur wider. Der dadurch erreichte frische, schwungvolle und individuelle Eindruck unterstützt die Wiedererkennbarkeit.

### **Größe und Ausrichtung**

Das Größenverhältnis ist klar definiert und sollte nicht verändert werden. Die Skalierung darf nur proportional verkleinert oder vergrößert werden.

Für kleinstformatige Anwendungen des Logos ist die minimale Verkleinerung auf 12 mm Mindestbreite festgelegt, um die Lesbarkeit zu garantieren.

GARTEN  
TRÄUME®



30 mm

Basislogo

GARTEN  
TRÄUME®



12 mm

kleinste  
Anwendung

proportional  
Skalieren



BASISLOGO

schwarz-weiß,  
4c,  
Pantone 355 C

# CORPORATE DESIGN MANUAL

## ANWENDUNGSGRÖSSEN

Empfehlungen für das Logo bei DIN-Formaten und ihren Anwendungen.

Achtung: Diese Abbildungen dienen im Notfall als Reprovorlage.

**kleinste  
Abbildung**



12 mm

**DIN A4  
DIN A5  
Flyer  
DIN lang  
Broschur  
DIN lang**



15 mm

**DIN A3  
DIN A4  
DIN A5  
Broschur 21x 21 cm  
Briefbogen DIN A4**



22,5 mm

**DIN A3  
BASISLOGO**



30 mm





## LOGOGROESSEN

schwarz-weiß,  
4c,  
Pantone 355 C

### DIN A2



37,5 mm

### DIN A1



60 mm

### **Die Farbe des Logos**

Das Logo ist im normalen Anwendungsfall zweifarbig: grün und schwarz. Der Grünnton ist als frische und sympathische Farbe definiert. Dafür wird ausschließlich der Vollton Pantone 355C oder seine 4c-Separation verwendet.

Sollte ein zwei- oder mehrfarbiger Druck nicht möglich oder sinnvoll sein (Fax, Stempel, s/w-Kopiervorlagen), kommt das Logo in der einfarbigen schwarzen Variante zum Einsatz. Das Aufrastern in Graustufen wird nicht empfohlen.

**Definition RAL**

Wortmarke 9005

Bildmarke 6024

**Definition ORACAL**

Wortmarke 751-070

Bildmarke 751-62

**Definition Bilderdruck**

Volltöne

Wortmarke schwarz

Bildmarke Pantone 355C

Prozessfarben

Wortmarke 100% schwarz

Bildmarke 100% cyan

0% magenta

91% yellow

6% schwarz

**Definition Offsetpapier**

Volltöne

Wortmarke schwarz

Bildmarke Pantone 354U

Prozessfarben

Wortmarke 100% schwarz

Bildmarke 91% cyan

0% magenta

83% yellow

0% schwarz

# CORPORATE DESIGN MANUAL

## FARBKLIMA AUF FARBFLÄCHEN



### **Das Logo auf farbigen Hintergründen**

Das Logo ist im Normalfall zweifarbig (grün und schwarz) anzuwenden. Sollte das auf einer helleren Farbfläche bei einem ein-, zwei- oder mehrfarbigen Druck nicht möglich oder sinnvoll sein, wird das Logo in der einfarbigen schwarzen Variante verwendet. Auf dunklen oder dem Logogrün ähnlichen Flächen steht das Logo einfarbig weiß (negativ).



### **Das Logo auf Bildern**

Das Logo sollte generell zweifarbig (grün und schwarz) auf einer ruhigen Hintergrundfläche im Bild platziert werden. Handelt es sich um einen dunklen oder unruhigen Bildhintergrund, sollte das Logo komplett in Weiß erscheinen.

Um ein passendes Farbklima der begleitenden Farbflächen zum Thema zu erzeugen, können aus dem Foto entsprechende Farbwerte herausgemessen werden.



GARTEN  
  
TRÄUME<sup>®</sup>



GARTEN  
  
TRÄUME<sup>®</sup>



### **Positionierung des Logos**

Das Logo soll präsent sein, dem Betrachter ins Auge fallen, dabei nicht aufdringlich wirken. Optimal positioniert ist das Logo im oberen oder unteren Teil der Fläche. Durch die Positionierung im rechten oder linken oberen bzw. unteren Bereich wird es an prädestinierter Stelle wahrgenommen.

Der Stand wird in Abhängigkeit vom verwendeten Fotomaterial, der Headlines und weiteren Signets gewählt.





**DIN lang, hoch**



**Quadratisches Format**

# CORPORATE DESIGN MANUAL

## DREIKLANG

---

### **Logoanwendung mit den anderen touristischen Säulen Sachsen-Anhalts**

Steht das Logo „Gartenträume“ gemeinsam mit den Logos „Straße der Romanik“ und „Blaues Band“ im Dreiklang, so müssen alle auf einer optischen Linie ausgerichtet sein. Das gilt sowohl für die Horizontale als auch für die Vertikale.

---

Sonderfall: Anwendung auf Karten





Anwendung helle Hintergründe

Anwendung dunkle Hintergründe





### **Was auf jeden Fall vermieden werden sollte**

Nicht zum einheitlichen Erscheinungsbild passen folgende Fehler in der Anwendung, die unter allen Umständen vermieden werden sollten. Das Logo „Gartenträume“ darf...

- 1.** weder gestaucht noch verzogen werden,
- 2.** in Originalfarben nicht auf einem unruhigen Hintergrund platziert werden,
- 3.** nicht mit einem Schatten oder einer Aura unterlegt werden,
- 4.** nicht in andere Farben eingefärbt werden.

GARTEN  
**FALSCH!**  
TRAUME®

GARTEN  
**FALSCH!**  
TRAUME

1. 2.  
3. 4.

GARTEN  
**FALSCH!**  
TRAUME

GARTEN  
**FALSCH!**  
TRAUME®



### **Erweiterung**

Die in diesem Manual dargestellten Gestaltungsrichtlinien werden sich im Zuge der Verwendung stetig weiterentwickeln. Ihr Feedback ist uns willkommen. Sie können damit zur Optimierung des Corporate Design und zum Erfolg des Projektes beitragen. Ihre Fragen und Anregungen richten Sie bitte an:

**IMG – Investitions- und Marketing-  
gesellschaft Sachsen-Anhalt mbH**  
**Tel. 03 91 / 5 67 – 70 80,**  
**[welcome@img-sachsen-anhalt.de](mailto:welcome@img-sachsen-anhalt.de)**

Nutzen Sie auch unseren IMG-Bilderdienst:

**Tel. 03 91 / 567 – 70 85**



**Herausgeber**

IMG – Investitions- und Marketing-  
gesellschaft Sachsen-Anhalt mbH  
Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg  
Tel. 03 91/5 67 - 70 80  
Fax 03 91/5 67 - 70 81  
welcome@img-sachsen-anhalt.de  
www.img-sachsen-anhalt.de

**Konzept und Gestaltung**

Hoffmann und Partner Werbeagentur GmbH  
Jean-Burger-Straße 2  
39112 Magdeburg  
Tel. 03 91/5 41 08 98  
Fax 03 91/5 41 00 30  
info@hup-md.de  
www.hup-md.de

# CORPORATE DESIGN MANUAL

## GARTENRÄUME

Sachsen-Anhalt ist eines der denkmalreichsten deutschen Bundesländer. Zu den historischen kulturellen Wegmarken gehören auch nahezu 1.000 Gärten und Parks. 40 der bedeutendsten und schönsten bilden das denkmalpflegerisch-touristische Netzwerk „Gartenräume – Historische Parks in Sachsen-Anhalt“.