FEHMARN
im meer mittendrin

BRAND MANUAL

06.2024

CORPORATE DESIGN

Einführung

Unter dem Begriff „Corporate Design“ versteht man das visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens bzw. einer Marke. Passend zu der Markenpositionierung, wird ein Basiskonzept für alle grafischen Umsetzungen geschaffen. Dazu gehören die Gestaltung der Kommunikations- und Werbemittel.

Das Corporate Design soll das Unternehmen nach innen und außen als Einheit erscheinen lassen, besonders durch formale Gestaltungskonstanten wie Logo oder Typografie. So wird ein hoher Wiedererkennungswert erreicht.

In diesem Basiskonzept werden die Gestaltungselemente und Regeln für die Gestaltung von verschiedenen Kommunikationsmitteln der Marke FEHMARN definiert.

Das Brand Manual dient zur Orientierung und soll Möglichkeiten für weitere Gestaltungen eröffnen. Es erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und kann stetig weiterentwickelt werden.

LOGO

Aufbau

Das Logo besteht aus dem seeblauen, abgenutzten (Used-Look) Schriftzug „FEHMARN“, dem schräggestellten, sonnengelben Claim „im meer mittendrin“ sowie der Sonne im Hintergrund .

Diese Elemente sind fest definiert und dürfen in Form und Position nicht verändert werden (Erlaubte Varianten werden ab Seite 4 in diesem Manual aufgenommen und erklärt).

Das Logo ist 2-farbig. Falls eine 2-farbige Verwendung nicht möglich oder sinnvoll ist (z. B. bei Fax, Stempel oder Kopiervorlage), wird das Logo wie auf Seite 5 beschrieben in der einfarbigen Variante verwendet.

Vermaßung & Schutzraum

Aus der Breite des „F“ ergibt sich der Abstand, den andere Inhalte in alle Richtungen mindestens zum Logo haben müssen. Dieser Bereich ist der sogenannte Schutzraum. Er gewährleistet eine eindeutige Erkennbarkeit des Logos.

Ausnahme: Steht das Logo über einem Bild, wird ein optisch ansprechender Abstand nach unten gewählt. Der Abstand variiert je nach Größe der Anwendung.

LOGO

Logo über 60 mm Breite

Das FEHMARN-Logo wird bei einer Abbildungsgröße über 60 mm in der Breite im sogenannten Used-Look verwendet.

Die normale Version erkennt man im Dateinamen an dem Zusatz „Used_Look_60plus“.

Logo unter 60 mm Breite

Ist die Abbildungsgröße des Logos kleiner als 60 mm in der Breite, wird wegen der Produzierbarkeit und aufgrund möglicher Drucktechnicken eine vereinfachte Version genutzt. Diese Version verzichtet auf die Störungen innerhalb der Buchstaben. Der Claim ist im Verhältnis zum FEHMARN-Schriftzug größer als in der normalen Version.

Die vereinfachte Version erkennt man im Dateinamen an dem Zusatz „Clean_60minus“.

Logo CMYK (Euroscala)

Zweifarbiges Logo, geeignet für vierfarbige Printmedien, für Offset-, Digital- und Zeitungsdruck

Seeblau: 80 | 30 | 30 | 0
Sonnengelb: 0 | 35 | 85 | 0

Logo RGB

Farbiges Logo, geeignet für digitale Medien, die über einen Bildschirm/Beamer dargestellt werden (Internet, PowerPoint, Video)

Seeblau: 25 | 140 | 165
Sonnengelb: 250 | 180 | 50

Logo Pantone

Zweifarbiges Logo, geeignet für Printmedien, in denen Sonderfarben (Farbsystem Pantone) zum Einsatz kommen, für Offsetdruck

Seeblau: Pantone 7459
Sonnengelb: Pantone 143

Logo vereinfacht

Einfarbiges, vereinfachtes Logo mit vergrößertem Claim wird in den Primärfarben oder in weiß auf farbigem/dunklem Hintergrund verwendet. In Ausnahmefällen (z. B. Fax, Stempel, Kopiervorlagen) wird es in schwarz genutzt.

Logo weiß

Auf schwarzem/farbigem Hintergrund wird das vereinfachte Logo in weiß verwendet.

PRIMÄRFARBEN

Die Primärfarben sind Seeblau und Sonnengelb. Sie sollten – wenn möglich – in allen Kommunikationsmitteln verwendet werden. Ein großer Weißanteil sorgt für das nötige Freiheitsgefühl.

Alle Farben dürfen beliebig aufgerastert werden!

Seeblau

CMYK: 80 | 30 | 30 | 0
RGB: 25 | 140 | 165
HEX: #198CA5
Pantone: Pantone 7459

Sonnengelb

CMYK: 0 | 35 | 85 | 0
RGB: 250 | 180 | 50
HEX: #FAB432
Pantone: Pantone 143

SEKUNDÄRFARBEN

Grautöne

CMYK: 0 | 0 | 0 | 70
RGB: 110 | 110 | 110
HEX: #6E6E6E

Wenn möglich wird ein Grauton statt Schwarz verwendet – dies wirkt nicht so hart. Für den Grundtext wird zum Beispiel 70 % Schwarz verwendet. Abstufungen sind erlaubt.

Lila

CMYK: 30 | 90 | 0 | 30
RGB: 145 | 40 | 110
HEX: #91286E

Als Akzentfarbe kann lila verwendet werden für Elemente, die eine Signalwirkung haben sollen (z. B. Störer und Tippkästen).

HAUSSCHRIFT

Als Grundschrift für jegliche Texte und Überschriften wird die serifenlose Avenir eingesetzt. Sie beinhaltet diverse Schriftschnitte, die alle benutzt werden dürfen.

Avenir 35 Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

Avenir 65 Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

Avenir 85 Heavy

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

AKZENTSCHRIFTEN

Ergänzend zur Hausschrift können die Akzentschriften Avenir Next Condensed Bold und Old Press verwendet werden. Sie eignen sich für Hervorhebungen und Überschriften. Am besten wirken diese Schriften in Versalien und größeren Schriftgraden. Ein Sonderfall sind Angebote und Veranstaltungen für Kinder. Diese werden durch die Verwendung der Cardenio Modern Bold hervorgehoben.

Avenir Next Condensed Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

OLD PRESS

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

CARDENIO MODERN BOLD

AA BB CC DD EE FF GG HH II
JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR
SS TT UU VV WW XX YY ZZ

BILDWELT

Die Marke FEHMARN wird einfach und schnörkellos, dabei aber auch modern und authentisch inszeniert. Die genutzten Bilder spiegeln immer reale oder zumindest glaubwürdige Szenen wider, um die Authentizität der Marke nicht zu verwässern.

Bildpositionierung

Bilder können im Satzspiegel aber auch bis in den Beschnitt bzw. über den Bund positioniert werden. In Collagen haben alle Bilder den gleichen, optisch ansprechenden Abstand zueinander. Um Bilder bei Überlappungen einfach voneinander abzugrenzen, wird eine weiße Kontur um die Bilder angelegt.

BILDWELT

BILDWELT

Landschaft und Sehenswürdigkeiten Fehmarns werden immer authentisch in Szene gesetzt. Dabei werden spannende Perspektiven, die man als Gast selbst erleben kann, bevorzugt. Die Farben sind hell und kräftig und vermitteln damit ein Gefühl von Lebendigkeit und Nähe.

ILLUSTRATIONEN

Illustrationen ergänzen die Bildwelt und können helfen das Layout aufzulockern oder Inhalte abzubilden, die nicht auf z. B. einem Foto gezeigt werden können. Außerdem lassen sie Inhalte verspielter wirken und steigern damit die Attraktivität für Kinder.

Illustrationen sind generell in einem modernen Flatdesign zu erstellen. Auf Texturen und Verzierungen wird verzichtet.

Beispiel: Kinderseite Urlaubsbroschüre

ICONS

Icons und Piktogramme helfen der Betrachterin und dem Betrachter, Informationen schnell zu erfassen und wiederzuerkennen. Häufig werden Icons in ausreichender Größe nur als Kontur gestaltet und dargestellt. Sie dienen zur gestalterischen Auflockerung eines Layouts.

Für ein einfaches und schnelles Verständnis können Icons in Form einer kurzen Legende erläutert werden.

LEGENDE

- familienfreundlich
- behindertengerecht
- hundefreundlich
- WLAN
- zum Mitnehmen
- vegetarisch
- vegan
- glutenfrei
- Fairtrade-Produkte erhältlich
- Nur Barzahlung
- Mehrweg fürs Meer

Beispiel: Gastroguide

GESTALTUNGSELEMENTE

Um eine hohe Wiedererkennbarkeit und eine klare Differenzierung zu anderen Destinationen zu gewährleisten, werden folgende Gestaltungselemente verwendet:

Sonne

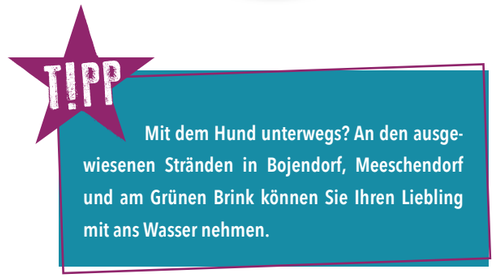
Um die Gestaltung aufzulockern und die Marke stärker zu transportieren, kann die Sonne separat vom Logo mit 30 % Deckkraft in den Hintergrund gesetzt werden. Sie darf auch im Anschitt platziert werden.

Störer

Um Inhalte besonders prominent darzustellen eignen sich Störer besonders. Sie können in einer Primärfarbe oder einer Sekundärfarbe gesetzt werden. Wichtig ist der hohe Kontrast zur übrigen Gestaltung, um eine Signalwirkung zu erzielen.

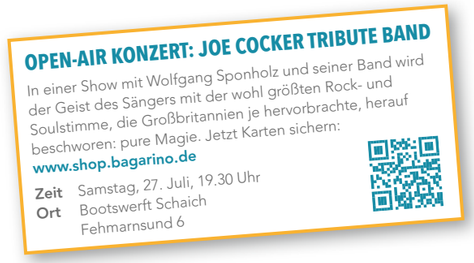
Info-Kästen

Zur Hervorhebung von Fakten und Tipps können Kästen verwendet werden. Die Info-Kästen stehen parallel zu den Seitenrändern. Der Text bleibt ebenfalls gerade. Der Rahmen, der darüber liegt, wird um 2 Grad gedreht.



Je nach Inhalt der Info-Kästen wird ein Element, wie beispielsweise ein lila Stern (Tipp) auf seeblauem Tipp-Kasten oder ein seeblauer Kreis (Wussten Sie schon?) auf lilafarbenem Kasten in der oberen linken Ecke platziert. Die Kontur entspricht immer der Farbe des Elements in der oberen linken Ecke und hat bei Din A4 eine Stärke von 1 Pt. Bei größeren Medien muss sie entsprechend angepasst werden.

Zusätzlich kann ein weißer Kasten mit gelber Kontur (1,5 Pt bei Din A4) genutzt werden. Dieser Kasten (inkl. Schrift) wird entweder parallel zu den Seitenrändern platziert oder um 4,5 Grad gekippt (inkl. Schrift).



GESTALTUNGSBEISPIELE

Um eine hohe Wiedererkennbarkeit zu gewährleisten werden alle Text- und Bildelemente von Publikationen formatübergreifend wie folgt dargestellt:

1. Titel- und Aufmacherbilder

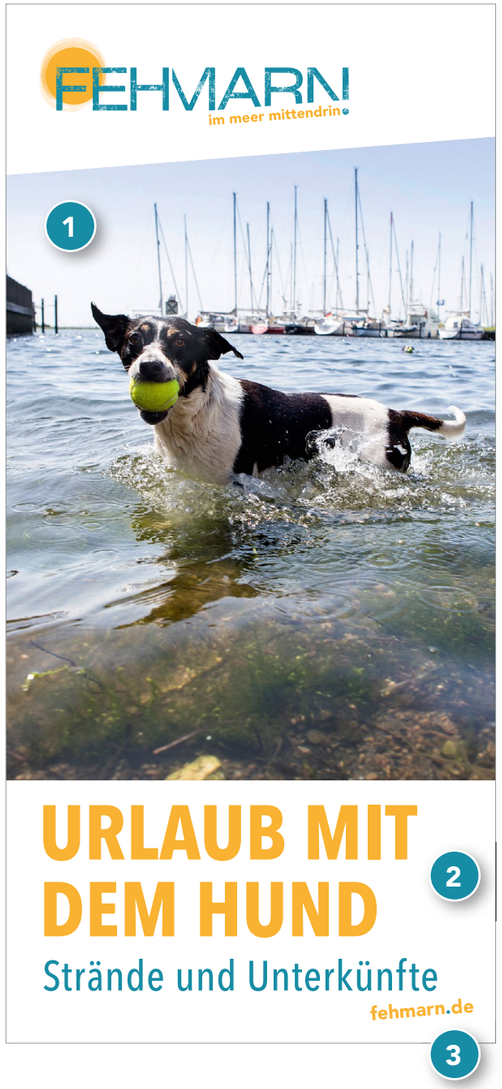
Auf Titelseiten, Image-Seiten, Anzeigen u. ä. werden die Aufmacherbilder am oberen Rand abgeschrägt, so dass sich das FEHMARN-Logo bzw. die Domain optimal einfügen lassen.

2. Überschrift

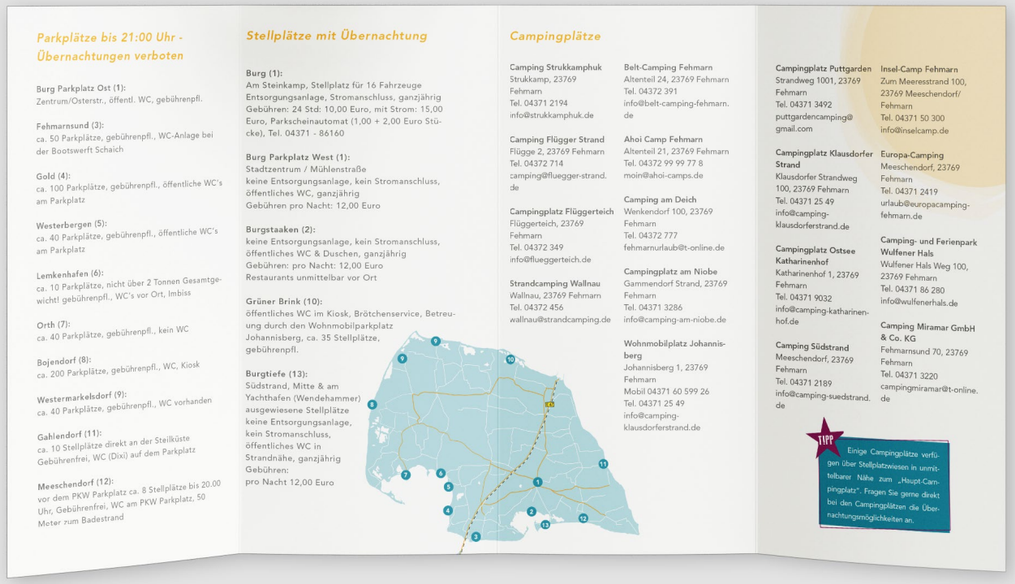
Die Überschrift wird in Versalien in der Avenir Next Condensed Bold oder der Old Press gesetzt. Auf Plakaten und dem Titel wird die Überschrift in einer Primärfarbe gesetzt. Im Innenteil dürfen auch die Sekundärfarben verwendet werden.

3. Domain

Die Domain „fehmarn.de“ wird ebenfalls um 4,5° gedreht. Sie wird ohne das „www“ gesetzt. Steht die Domain auf weißem Hintergrund, wird sie in Sonnengelb mit seeblauem Punkt vor „de“ gesetzt.



Flyer



GESTALTUNGSBEISPIELE

GESTALTUNGSBEISPIELE

Kulturguide

Wochenprogramm

Montag, 10. Juni

Hofführung auf dem Osterhof
10:00 - 11:30 Uhr
Eine Anmeldung ist erforderlich
Gammendorfer Straße 21, Dänschendorf

Reit-Wichtelgruppe
11:00 - 12:00 Uhr
Eine Anmeldung ist erforderlich
Ferienhof Wichtelweide, Siedendörp 24, Gammendorf

Geführte Achtsamkeitsmeditation
17:00 - 17:40 Uhr
Eine Anmeldung ist erforderlich
Herzensraum Biohof Nature Homes, Ostermarkelsdorf 2

Geschichte der St. Jürgen Kapelle
17:00 - 17:30 Uhr
Kapellenweg 13, Burg

Dienstag, 11. Juni

Sportprogramm - Walken am Strand
09:00 - 09:45 Uhr
Westmole in Burgtiefe

Geführte Ausritte
09:15 - 11:00 Uhr
Eine Anmeldung ist erforderlich
Reitstall Esser, Hohendörp 10, Gammendorf

Sportprogramm - Yoga am Strand
10:00 - 10:45 Uhr
Westmole in Burgtiefe

Sportprogramm - Zirkeltraining
11:00 - 11:45 Uhr
Wiese am Chillaz Café, Dünenweg 43, Südstrand in Burgtiefe

Bernsteinschleifkurs
14:00 - 16:00 Uhr
Burg auf Fehmarn, Am Markt 1

Dynamisches Yoga mit Ayla
14:00 - 15:00 Uhr
Gammendorfer Straße 21, Dänschendorf

Museums-Führung
16:00 - 17:30 Uhr
Breite Straße 49, Burg

Mittwoch, 12. Juni

Geführte Ausritte
09:15 - 11:00 Uhr
Reitstall Esser, Hohendörp 10, Gammendorf

Ostseejade schleifen unter Anleitung
15:00 - 17:00 Uhr
Eine Anmeldung ist erforderlich
Fehmarnsteine, Erlengrund 14, Petersdorf

Achtsames Yin-Yang Yoga
18:30 - 19:45 Uhr
Osterhof, Gammendorfer Straße 21, Dänschendorf

Ausdrucksmalen in der Villa FarbenFroh
18:30 - 20:00 Uhr
Villa FarbenFroh, Vitzdorf 5

Donnerstag, 13. Juni

Morgenmeditation Suprabartham
08:30 - 09:00 Uhr
Herzensraum Biohof Nature Homes, Ostermarkelsdorf 2

Geführte Ausritte
09:15 - 11:00 Uhr
Eine Anmeldung ist erforderlich
Reitstall Esser, Hohendörp 10, Gammendorf

Westküsten Fahrradtour
10:00 - 14:30 Uhr
Großparkplatz Osterstraße, Burg

Bernsteinschleifkurs
14:00 - 16:00 Uhr
Burg auf Fehmarn, Am Markt 1

Crystalsoundbath & Meditation
14:00 - 16:00 Uhr
Eine Anmeldung ist erforderlich
Osterhof Fehmarn, Gammendorfer Straße 21, Dänschendorf

Weitere Informationen zu den Preisen und erforderlichen Anmeldungen finden Sie auf unserer Website oder in den Tourist- Informationen.
fehmarn.de

Stand: Mai 2024, Änderungen vorbehalten, **Bildnachweis:** CC - Smokie, Beate Burow, Pixabay, Romualdus, Birgitta Raupach, Thies Rätzke, Puppenbühne Hein

GESTALTUNGSBEISPIELE

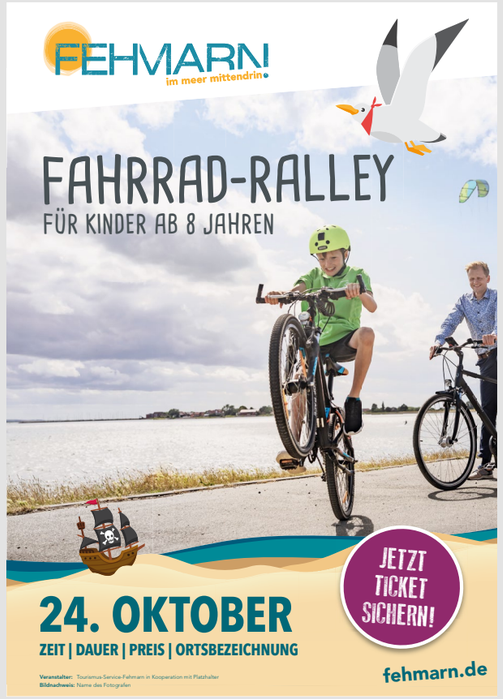
GESTALTUNGSBEISPIELE

Urlaubsmagazin

GESTALTUNGSBEISPIELE

Veranstaltungsplakate

Es gibt verschiedene Plakatvorlagen. Veranstaltungen für Kinder erhalten ein eigenes, verspielteres Layout. Sie werden mit weniger Weißraum aber dafür mit ergänzenden Illustrationen gestaltet.



GESTALTUNGSBEISPIELE

Anzeigen

Anzeigen werden mit einem Abstand zum Rand erstellt, der der Breite des „F“ aus dem Logo entspricht. Wird das Logo kleiner als 60 mm eingesetzt, wird die Clean Variante verwendet.

Es können einzelne Bilder oder auch Bildcollagen verwendet werden. Alle Bilder haben dabei den gleichen Abstand zueinander. Die Bilder dürfen sich überschneiden, wenn sie mit einer weißen Kontur versehen werden. Bildunterschriften werden in Heavy in die untere linke Bildecke gesetzt.

Weitere Infos und Fließtexte werden in einem weißen Kasten mit sonnengelber Kontur in den Vordergrund gesetzt. Die Adresse und Domain werden am unteren Rand der Anzeige unterhalb des Kastens platziert.

Die Überschrift darf nur in der Stempelschrift gesetzt werden, wenn diese ausreichend groß und lesbar ist. Als Alternative kann die Avenir Next Condensed Bold verwendet werden.

URLs und Verweise auf die Social-Media-Kanäle werden immer wie im Beispiel unten dargestellt.

GESTALTUNGSBEISPIELE

Geschäftspapier

Das Geschäftspapier wird bei sämtlichen offiziellen Schreiben, die über den Tourismus-Service Fehmarn digital oder analog verschickt werden, verwendet. Bei Schreiben, die in erster Linie konkrete Verwaltungsprozesse betreffen, wird das Dokument mit einer Tabellenzeile, die unter der Anschrift platziert wird, ergänzt.

Diese Zeile beinhaltet den Namen der Person, die die Auskunft erteilt hat, das Aktenzeichen, die E-Mail-Adresse, die Telefonnummer sowie das Datum.

Visitenkarte: 2-seitig im Format 85 x 55 mm

EINBINDUNG DER MARKE FEHMARN

Wird das FEHMARN-Logo in der Kommunikation von anderen verwendet, gilt es ein paar Regeln zu beachten:

- Das Logo darf nicht in Form, Farbe und/oder Proportion verändert werden. Es darf nur gemäß der in diesem Brand Manual festgelegten Regeln (s. Seite 5ff.) und in definierten Varianten eingesetzt werden. Die benötigten Daten dazu erhalten Sie beim Tourismus-Service Fehmarn. Sollten produktionsbedingt andere Daten benötigt werden, hilft der Tourismus-Service Fehmarn gerne weiter.

- Die Marke FEHMARN darf nur von Anbietern aus der Tourismus-Branche mitgetragen werden.

- Die Verwendung sollte mit dem Tourismus-Service Fehmarn abgeklärt werden, um eine bestmögliche Darstellung zu gewährleisten. Kontaktieren Sie dazu:

  Tourismus-Service Fehmarn
  Burgtiefe, Zur Strandpromenade 4
  23769 Fehmarn
  a.wiemold@fehmarn.de
  Tel.: 04371 506-374
  Fax: 04371 506-390
  www.fehmarn.de