

Logoanwendung Dachmarke Kulturland Rheingau

für Winzer, Gastronomen, Hoteliers und Gewerbetreibende

Aktualisiert 05/2013



Dachmarke Kulturland Rheingau

Stand 05/2013

Wenn Sie sich für den Einsatz des Kulturland Rheingau Logos auf Ihren Werbemitteln entscheiden, leisten Sie einen wichtigen Beitrag, die Region nach außen erkennbar zu machen.

Das Logo sollte auf all Ihren Werbemitteln eingesetzt werden. Es soll mit attraktiven Bildern und interessanten Informationen verbunden werden, die das Kulturland Rheingau in den Augen der Konsumenten als Besonderheit prägen. Je besser uns das gemeinsam gelingt, desto stärker wirkt die Werbung für die Region und letztlich auch für Sie. Alle Kommunen, viele Vereine und Organisationen setzen das Logo bereits ein. Sie sind damit Vorreiter dem Rheingau eine Identität nach außen zu geben. Und Sie können davon ebenfalls profitieren.

Auf den nachfolgenden Seiten erhalten Sie einen kurzen Anwendungsleitfaden wie Sie das Logo verwenden. Setzen Sie es auf Ihrem Briefpapier, in Ihren Werbemitteln und auf Ihrer Internetseite ein. Je häufiger das Logo im positiven Kontext eingesetzt wird, desto besser ist seine Wirkung. Sie nutzen damit die positiven Erinnerungen die Konsumenten mit dem Logo verbinden und stärken das Kulturland Rheingau.

Vielen Dank!

Logo – Proportionsvermaßung und Weißbereich

Die Grafik-Elemente sind mit einem definierten Weißbereich hinterlegt, der fester Bestandteil des Logos ist.

Der Weißbereich ist durch einen imaginären Rahmen mit dem Faktor **A** definiert.

Die Bezugsgröße **A** leitet sich aus der Schrifthöhe vom "K" des Schriftzugs "Kulturland" ab.

Der Weißbereich links und rechts der Dachmarke Rheingau hat einen Mindestabstand von **3 A**, ober- und unterhalb beträgt der Mindestabstand **2 A**.



Logo – Schutzzone

Eine Dachmarke verlangt nach "Luft", um richtig wirken zu können. Ein Zuviel an Platz kann es kaum geben, jedoch sollte bei der Positionierung der Dachmarke Rheingau mindestens eine "Schutzzone" eingehalten werden. Sie gilt sowohl für die Positionierung zum Seitenrand als auch für den Abstand zu anderen Objekten im Layout, und leitet sich ebenfalls von der Bezugsgröße **A** ab. Die Bezugsgröße **A** leitet sich vom "K" des Schriftzugs "Kulturland" ab.

Für die Schutzzone gilt links und rechts der Dachmarke Rheingau ein Mindestabstand von **5 A**, ober- und unterhalb ein Mindestabstand von **2,5 A**. Die Abbildungsgrößen für die unterschiedlichen DIN-Formate und der sich daraus ergebende Abstand für die Schutzzone sind auf der folgenden Seite definiert.



Schutzzone

Abstand zu anderen grafischen Elementen im Layout, der nicht unterschritten werden darf. Dies gilt auch für die Positionierung zum Seitenrand.

Farbcodes

Die in der Dachmarke Rheingau verwendeten Farben haben feste, unveränderbare Werte.



1. CMYK (Primär-Farbraum)

Anwendung: Printmedien im Vierfarbdruck

Der CMYK-Farbraum ist der zu bevorzugende Farbraum für die Logodarstellung.

Das CMYK-Farbmodell ist das Farbmodell, welches die technische Grundlage für den modernen Vierfarbdruck bildet.

Die Abkürzung CMYK steht für Cyan (C), Magenta (M), Yellow (Y), Black (K).

Industrieller Farbdruck mit CMYK-Farben wird auch Druck nach „Euroskala“ genannt.

	Grau	Blau	Hellblau	Grün	Gelb
C	40 %	90 %	40 %	50 %	15 %
M	0 %	60 %	20 %	0 %	0 %
Y	30 %	12 %	10 %	100 %	75 %
K	75 %	0 %	0 %	0 %	0 %








Farbcodes

2. Pantone

Anwendung: Printmedien mit Sonderfarben






Pantone Matching System (PMS) ist der Name eines Farbsystems, das hauptsächlich in der Grafik- und Druckindustrie eingesetzt wird. Es wurde vom amerikanischen Unternehmen „Pantone Inc.“ entwickelt. Es enthält Sonderfarben, die nicht im herkömmlichen Vierfarbdruck (CMYK) erreicht werden können.

	Grau	Pantone 446C
	Blau	Pantone 661C
	Hellblau	Pantone 644C
	Grün	Pantone 368C
	Gelb	Pantone 584C

3. RGB

Anwendung: PC, Web






Der RGB-Farbraum wird durch Rot, Grün und Blau (RGB) definiert. Dieser definiert z. B. für Computer den Arbeitsraum, in dem Farben am Bildschirm dargestellt werden. Für die Webdarstellung sind nachfolgend die Codes für Hexadezimalzahl aufgeführt (#...).

	Grau	RGB: 63 - 84 - 76	(#3f544c)
	Blau	RGB: 31 - 96 - 159	(#1f609f)
	Hellblau	RGB: 165 - 188 - 212	(#a5bcd4)
	Grün	RGB: 148 - 193 - 31	(#94c11f)
	Gelb	RGB: 232 - 228 - 90	(#e8e45a)

4. RAL

Anwendung: Lacke, Folien, Oberflächenbeschichtungen

Die RAL-Farbsysteme sind Normungen des RAL-Instituts für Farben. Bekannt ist vor allem die heute „RAL Classic“ genannte Farbreihe mit vierstelligen Farbnummern, die zur Zeit 210 Farben umfasst.

	Grau	RAL 6015 (Schwarzoliv)
	Blau	RAL 5019 (Capriblau)
	Hellblau	RAL 5014 (Taubenblau)
	Grün	RAL 6018 (Gelbgrün)
	Gelb	RAL 1016 (Schwefelgelb)

Farbvarianten

Je nach Anwendungsgebiet im Printbereich treten unterschiedliche Anforderungen an die Dachmarke auf. Um ein einheitliches Erscheinungsbild der Dachmarke in verschiedenen Anwendungsbereichen und Farbräumen zu gewährleisten, sind nachfolgend verschiedene Farbvarianten der Dachmarke festgelegt.

Dachmarke Rheingau farbig (4c Euroskala)

Die Dachmarke Rheingau findet vorrangig Anwendung in der farbigen Darstellung.



Zu verwendende Dateivorlage: rheingau_logo_cmyk.eps

Dachmarke Rheingau Graustufen (1c)

In Sonderfällen, in denen eine farbige Umsetzung nicht möglich ist, findet diese Graustufen-Variante Verwendung.



Zu verwendende Dateivorlage: rheingau_logo_graustufen.eps

Dachmarke Rheingau Vollton (Stempel, Fax, Tampondruck, etc.)

In Sonderfällen, in denen eine Halbton-Darstellung nicht möglich ist, findet diese Vollton-Variante Verwendung.



Zu verwendende Dateivorlage: rheingau_logo_sw.eps

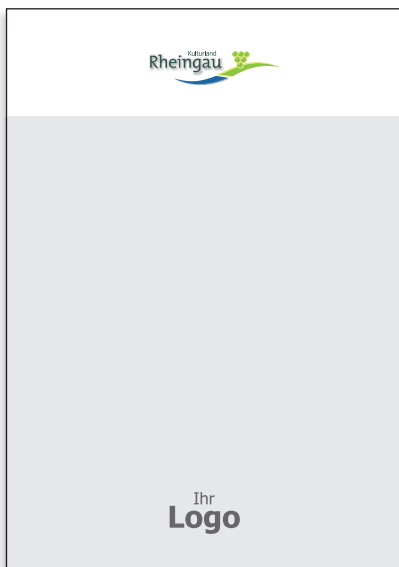
Hochformatige Printmedien

Die Positionierung der Dachmarke Rheingau kann in Verbindung mit dem Eigenlogo des Lizenznehmers auf Broschüren, Prospekten, Flyern, Plakaten, etc. verwendet werden und hat entsprechend nachfolgender Anwendungsbeispiele zu erfolgen. Die Skalierungen des Eigenlogos und der Dachmarke sollten gleichgewichtig sein.

Folgende Anwendungsbeispiele gelten für alle hochformatigen Printmedien:

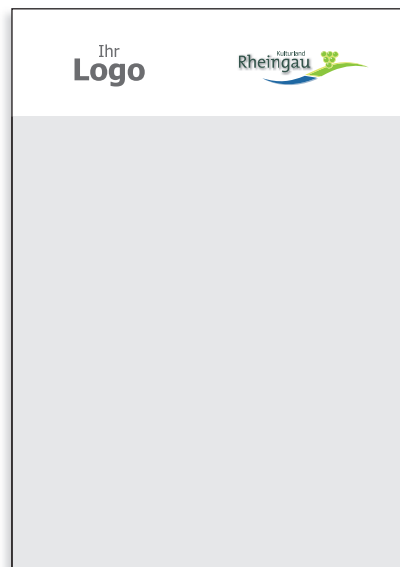
Positionierungsvorgabe A

Die Positionierung hat vorzugsweise **oben mittig** zu erfolgen:



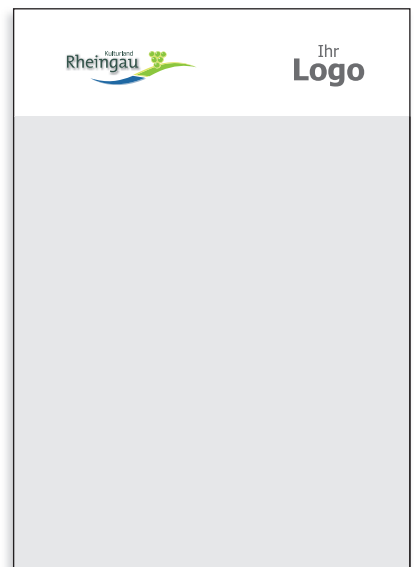
Positionierungsvorgabe B

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A nicht möglich, hat die Positionierung vorzugsweise **oben rechts** zu erfolgen:



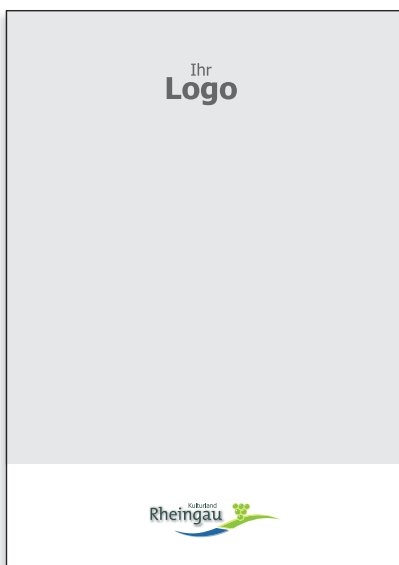
Positionierungsvorgabe C

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A und B nicht möglich, hat die Positionierung vorzugsweise **oben links** zu erfolgen:



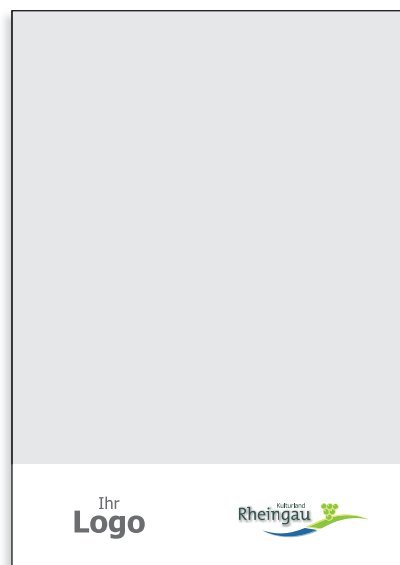
Positionierungsvorgabe D

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A bis C nicht möglich, hat die Positionierung vorzugsweise **unten mittig** zu erfolgen:



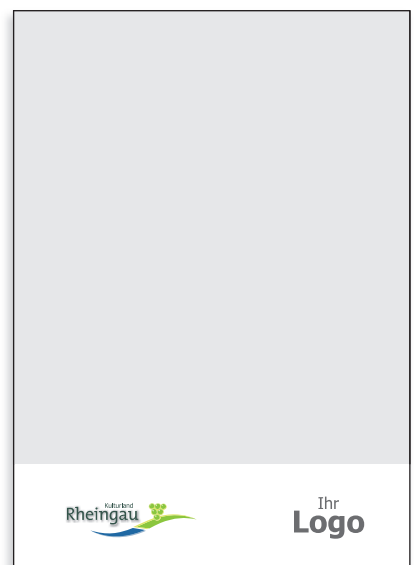
Positionierungsvorgabe E

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A bis D nicht möglich, hat die Positionierung vorzugsweise **unten rechts** zu erfolgen:



Positionierungsvorgabe F

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A bis E nicht möglich, hat die Positionierung vorzugsweise **unten links** zu erfolgen:



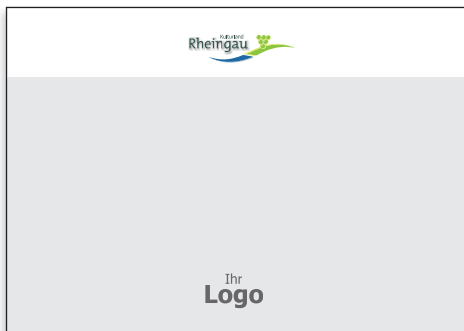
Querformatige Printmedien

Die Positionierung der Dachmarke Rheingau kann in Verbindung mit dem Eigenlogo des Lizenznehmers auf Broschüren, Prospekten, Flyern, Plakaten, etc. verwendet werden und hat entsprechend nachfolgender Anwendungsbeispiele zu erfolgen. Die Skalierungen des Eigenlogos und der Dachmarke sollten gleichgewichtig sein.

Folgende Anwendungsbeispiele gelten für alle querformatigen Printmedien:

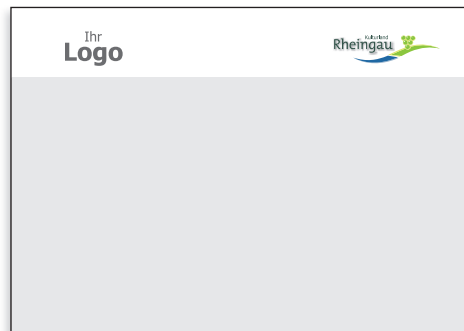
Positionierungsvorgabe A

Die Positionierung des Logos hat generell **oben mittig** zu erfolgen:



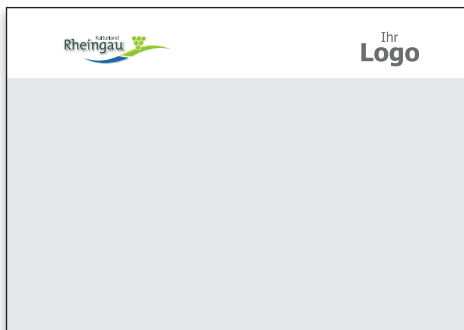
Positionierungsvorgabe B

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A nicht möglich, ist das Logo vorzugsweise **oben rechts** zu platzieren:



Positionierungsvorgabe C

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A und B nicht möglich, ist das Logo vorzugsweise **oben links** zu platzieren:



Positionierungsvorgabe D

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A bis C nicht möglich, ist das Logo vorzugsweise **unten mittig** zu platzieren:



Positionierungsvorgabe E

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A bis D nicht möglich, ist das Logo vorzugsweise **unten rechts** zu platzieren:



Positionierungsvorgabe F

Ist eine Positionierung nach Vorgabe A bis E nicht möglich, ist das Logo vorzugsweise **unten links** zu platzieren:



Bei quadratischen Printmedien ist eine Positionierung entsprechend dieser Positionierungsvorgaben abzuleiten.

Bsp. Fahnen

Die Positionierung der Dachmarke Rheingau auf einer Fahne des Lizenznehmers hat entsprechend nachfolgender Anwendungsbeispiele zu erfolgen.

Positionierungsvorgabe A

Die Positionierung kann **oben mittig** erfolgen.



Positionierungsvorgabe B1

Die Positionierung kann **unten mittig** erfolgen.



Positionierungsvorgabe B2

Die Positionierung kann **unten mittig** erfolgen.



Beispiele – Werbemittel

Bistroschürze



Weinglas



Kellnerkorkenzieher



Beispiele – Werbemittel

Fahne



Pins



Tischdecke



Lizenzgeber

Der Zweckverband Rheingau ist Inhaber und Lizenzgeber der Marke „Kulturland Rheingau“, die als nationale Wort-/Bildmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) angemeldet ist. Ferner ist Sie als Europäische Gemeinschaftsmarke bei dem Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) als Bildmarke angemeldet.

Weitere Informationen über die Dachmarke Rheingau, Hinweise zur Lizenzvergabe und Informationen über die autorisierten Vertreter des Zweckverbandes sind auf der Internetseite des Zweckverbandes Rheingau bereit gestellt.

Kontaktdaten des Lizenzgebers:



Zweckverband
Rheingau

Bürgerzentrum Oestrich-Winkel
Paul-Gerhardt-Weg 1
65375 Oestrich-Winkel

Tel. 06723-992-112
Fax 06723-992-212

Kontaktdaten Markenmanagement

Rheingau Taunus Kultur und Tourismus GmbH
Pfortenhaus Kloster Eberbach
65346 Eltville
Tel. 06723 99 55 0
Fax. 06722 99 55 55
E-Mail: tourist@kulturland-rheingau.de
www.kulturland-rheingau.de

Das vollständige CD-Manual und diverse Logos stehen zum Download auf www.kulturland.rheingau.de/cdmanual bereit.

Stand:
05/2013

Dieses Projekt wurde gefördert durch:



Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums.
Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete im Rahmen des
Entwicklungsplans für den ländlichen Raum des Landes Hessen 2007-2010

HESSEN



mitfinanziert durch das Land Hessen.