

Wort-Bild-Marke



Herleitung der Wort-Bild-Marke

Blütenkelch | Glas | Baum | Wälder
Natur | Weinglas | Wasserglas
Grün | Farbe des Lebens | Natur | Ahrtal
Vitalität | Wachstum | Gesundheit



Herz | Blütenblätter | Blume | Rose
Wein | Trauben | Weinberge | Genuss
Rosenblätter | Rot | Modern | Leben
Puls | Trauben | Dynamik | Freude
Aktivität | Leichtigkeit | Vielfalt



Die Ahr | Leben | Quelle | Wasser
Blau | Lächeln | Wasser | Ruhe
Entspannung | Frische | Modern
Fröhlich



Auf das Leben!

Der Claim des „Blühende Leben Bad Neuenahr-Ahrweiler“ aus der Bewerbungsphase zur Landesgartenschau 2022 wandelt sich in die blühende, herzliche Stadt Bad Neuenahr-Ahrweiler, welche ihre Gäste mit offenen Armen und dem Slogan „Auf das Leben!“ empfängt.

„Auf das Leben!“ vermittelt verschiedene Aspekte: Lebensfreude, sich selbst neu erfinden, aktiv werden, aufblühen, den Moment erleben, sich selbst spüren, Teil der Natur sein, die Sonne genießen. Im Zusammenspiel mit der Bildmarke wird der Besucher aufgefordert „Lass das Grün in dein Herz und fühle die üppige Fülle“.

Wort-Bild-Marke Farbvarianten

Die Wort-Bild-Marke der Landesgartenschau Bad Neuenahr-Ahrweiler 2022 setzt sich aus dem Bild-Element der „Blume“ und den relevanten Textbausteinen zusammen. Um eine Wiedererkennung der Wort-Bild-Marke optimal zu unterstützen sollte sie grundsätzlich 4-farbig verwendet werden.

Alle Abstände innerhalb der Wort-Bild-Marke sind festgelegt und dürfen nicht verändert werden. Wird die Wort-Bild-Marke vergrößert oder verkleinert, verändern sich die Abstände im Verhältnis mit.



Standardvariante 4-farbig (CMYK)

Wort-Bild-Marke (sw und negativ-weiß)

Falls eine Umsetzung der Wort-Bild-Marke in Farbe nicht möglich ist, steht eine Graustufen- und eine negativ-weiße Variante zur Verfügung. Die negativ-weiße Variante kommt auf farbigen Vollflächen zum Einsatz, ebenso können beide Varianten z. B. in Zeitungsanzeigen eingesetzt werden



Schutzraum

Der Schutzraum der Wort-Bild-Marke ist definiert als ein weißer Freiraum von 1/5 der Höhe der Bildmarke an allen vier Seiten. Er verhindert das andere Gestaltungselemente wie z. B. Bilder oder Text der Wort-Bild-Marke zu nahe kommen und diese dadurch in ihrer Wirkung beeinträchtigen.



Abbildungsgrößen

Die minimale Abbildungsgröße der Wort-Bild-Marke beträgt 40 mm in der Breite. Dieser Wert darf nicht unterschritten und die definierte Schutzzone muss eingehalten werden.

In Ausnahmefällen (zum Beispiel bei definierten Merchandising-Produkten wie den Pins oder bei Social Media Anwendungen) wird die Bildmarke ohne die Textbausteine eingesetzt.

Während der Einführungsphase der Wort-Bild-Marke kann das Logo innerhalb kleinerer Publikationen wie z. B. der Titelseiten von DIN lang Flyern gemäß der Vorgaben ohne die Headlinezeilen abgebildet werden, dies gewährleistet das die Wort-Bild-Marke in einer ausreichenden Größe abgebildet werden kann.



Darstellung der Wort-Bild-Marke innerhalb der Einführungsphase auf kleineren Publikationen

Abbildung

Die Wort-Bild-Marke darf nur auf den dafür vorgesehenen Hintergründen stehen. Neben der Möglichkeit, die Wort-Bild-Marke auf Weiß zu setzen, darf sie auch auf einer Hintergrundgestaltung mit bis zu maximal 8 % Schwarz positioniert werden.

Eine Abbildung der Wort-Bild-Marke auf farbigen Flächen ist nicht gestattet.



Abbildung

Die Wort-Bild-Marke darf in weiß auf farbigen Flächen und in einer Graustufen-Variante abgebildet werden.
Die Nutzung der farbigen Wort-Bild-Marke auf Bildern oder dunklen Hintergründen (schwarz) ist nicht erlaubt.

Es ist nicht gestattet, die Wort-Bild-Marke zu verzerren, zu verkrümmen oder zu spiegeln.



Positionierung

Die bevorzugte Position der Wort-Bild-Marke ist der obere oder untere, rechte Seitenbereich. Grundsätzlich sind, falls nicht anders möglich, auch andere Positionierungen zulässig – generell aber stellt das rechte Seitendrittel immer die erste Wahl dar.



Beispielanwendung Briefpapier



Beispielanwendung Flyer DIN lang

Sonderformate

Um unterschiedlichen Medien und Anwendungen gerecht zu werden, wird die Wort-Bild-Marke neben der Grundform in zwei weiteren Formaten umgesetzt.

Die beiden Varianten Wort-Bild-Marke „Hochformat“ und Wort-Bild-Marke „Querformat“ kommen jedoch nur in definierten Sonderfällen zum Einsatz, diese sind abhängig von den Seitenverhältnissen der zur Umsetzung anstehenden Maßnahmen.



Version Hochformat

Die Definition für den Einsatz der Wort-Bild-Marke Hochformat findet sich in allen Anwendungen welche Maße mit einer vertikalen Gewichtung (Schwerpunkt Höhe) haben – das ist immer dann der Fall wenn die Höhe einer Werbemaßnahme annähernd doppelt so groß (oder mehr) ist wie die Breite.

Zur Verdeutlichung der Umsetzung finden sie hier das Beispiel der Außenfahnen.



Version Querformat

Die Definition für den Einsatz der Wort-Bild-Marke Querformat findet sich in allen Anwendungen welche Maße mit einer horizontalen Gewichtung (Schwerpunkt Breite) haben – das ist immer dann der Fall wenn die Breite einer Werbemaßnahme annähernd doppelt so groß (oder mehr) ist wie die Höhe.

Zur Verdeutlichung der Umsetzung finden sie hier das Beispiel der Front des City-Bus.



Höhe XX mm x zwei oder mehr

Höhe XX mm