

DESIGN MANUAL



WONNEG AU

Wein·Art·Land

DAS MANUAL

Mit dem Wonnegau repräsentiert sich eine der schönsten Stellen Deutschlands. Das angenehme Klima mit der sanften Landschaft, der hervorragende Wein und die Gastronomie und nicht zuletzt die Menschen stehen für eine Region, in der es sich gut leben und urlaube lässt.

Dies widerspiegelt sich auch in dem vorliegenden Design-Manual, das Interessierten und Gestaltern Inspiration, Information und Guidance geben soll. Mit Stil und Vorgaben, aber nicht zu strikten Regeln ganz im Sinne von „Freedom to Operate“ soll das Manual eine Unterstützung bei der Gestaltung verschiedenster Werbemittel, ob im On- oder Offlinebereich, sein.

Osthofen, im September 2023



INHALT

I. LOGO

- Hauptlogo **5**
- Logo – Positiv & Negativ **6**
- Logo – Varianten **7**
- Logo – Schutzraum **8**
- Logo – Do's and Dont's **9**
- Logo – Social Media **10**

III. ANWENDUNGSBEISPIELE

- Broschüre **21**
- Plakat & Anzeige **22**
- Geschäftsausstattung **23**
- Website **24**

II. VISUELLE ELEMENTE

- Farben **12**
- Typografie **13**
- Typografie – Deko-Schrift **14**
- Stilelemente – Primär **15**
- Stilelemente – Sekundär **17**
- Bildsprache **19**

I. LOGO



HAUPTLOGO

Basis der Logogestaltung ist der Fokus auf die Landschaft des Wonnegaus, dargestellt durch den Kreis. Dieser dient nicht nur als „Markierungssymbol“, sondern auch als Teil des Weinstocks, der die Rebe hält. Des Weiteren werden innerhalb des Kreises eine Rebe mit den verschiedenen Weinsorten des Wonnegaus – Weißwein, Rosewein und Rotwein – sowie die geschwungene Landschaft und ein Stellvertreter der typischen Weinbergshäuschen „Heisje“ in abstrakter Form visualisiert.



WONNEG AU

Wein·Art·Land

LOGO

Positiv & Negativ

Das farbige Logo darf ausschließlich auf weißen oder sehr hellen Flächen (ca. 10 % Deckkraft) oder in Weiß auf dunklen Flächen gesetzt werden.

Beim Einsatz auf Bildern ist unbedingt darauf zu achten, dass das farbige Logo auf einem klaren, homogenen und möglichst hellen Bildbereich steht.



LOGO

Varianten

Die Varianten sind für besondere Einsätze entwickelt worden. Je nach Format kann das Hauptlogo im Querformat verwendet werden.

Für den Einsatz bei der Kommunikation der Verbandsgemeinde Wonnegau und einzelner Ortsgemeinden gibt es für alle separate Logo-dateien.

Eine Besonderheit stellt das sogenannte „Fan-Logo“ dar. Diese wird ohne namentliche Benennung flexible nach Bedarf verwendet. Es ist für die Bürger, Vereine und Institutionen, die sich mit dem Wonnegau verbunden fühlen. Aus diesem Grund auch das Herz-Symbol. Es darf von oben genannten Parteien zu nicht-kommerziellen Zwecken jederzeit verwendet werden.

Wonnegau Logo
„Lok-Prinzip“ Anordnung



Wonnegau
Verbandsgemeinde-Logo /
Ortsgemeinden-Logos



Wonnegau
Fanlogo



LOGO

Schutzraum

Bitte beachten Sie die zwei definierte Schutzräume – das „Optimum“ und das „Minium“. Dies bezieht sich auf alle Logovarianten.

Optimum



Minium



LOGO

Do's and Dont's

Folgende Anwendungen sind nicht vorgesehen:

1. Keine Mischung aus farbigen und weißem Logo.
2. Das Logo darf nicht gedreht oder gestürzt werden.
3. Das Logo darf nicht gestaucht, gequetscht oder verzerrt werden.
4. Dem Logo dürfen keine Effekte hinzugefügt werden.
5. Das Logo darf nicht unleserlich auf unruhigen Hintergründen platziert werden.
6. Es dürfen keine Elemente in der Schutzzone des Logos stehen.

1.



2.



3.



4.



5.



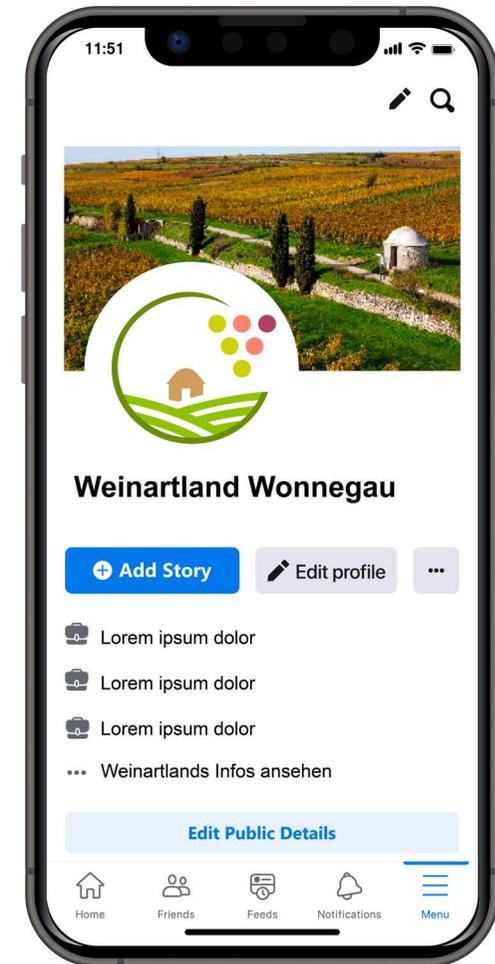
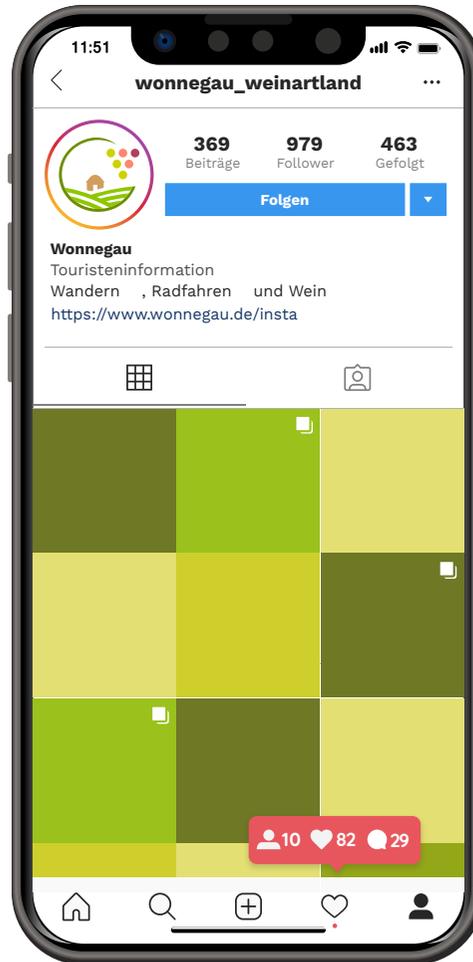
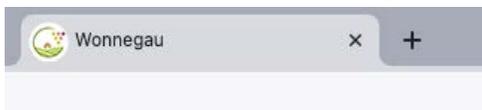
6.



LOGO

Social Media

Für den Einsatz in Social Media wie Facebook, Instagram und Tiktok und als Favicon bei der Homepage findet dieser Avatar Verwendung.



II. VISUELLE ELEMENTE



FARBEN

Primär

HEX #768c29
RGB 118, 140, 41
CMYK 59, 27, 100, 11

Dunkelgrün (Landschaft)

HEX #9ac31c
RGB 155, 195, 28
CMYK 48, 0, 100, 0

Hellgrün (Landschaft)

HEX #dod02e
RGB 208, 208, 45
CMYK 26, 6, 90, 0

Dunkelgelb (Weißwein)

HEX #1d1d1b
RGB 29, 29, 29
CMYK 0, 0, 0, 100

Schwarz

HEX #ffffff
RGB 255, 255, 255
CMYK 0, 0, 0, 0

Weiß

Sekundär

HEX # cf18c75
RGB 241, 140, 117
CMYK 0, 56, 50, 0

Rosé (Roséwein)

HEX #a44860
RGB 164, 72, 96
CMYK 27, 78, 40, 20

Bordeauxrot (Rotwein)

HEX # cb9f67
RGB 203, 159, 103
CMYK 19, 37, 63, 7

Hellbraun (Heisje)

TYPOGRAFIE

Die Schriften sollten vorwiegend schwarz auf weißem oder hellem Hintergrund gesetzt sein.

Bei der Verwendung auf dunklem Bildhintergrund sollte die Schrift in weiß und mit guter Lesbarkeit angewendet werden.

Alle aufgeführten Schriften sind unter Google Fonts frei verfügbar.

ÜBERSCHRIFT

Inter Extrabold – Versalsatz
wahlweise farbig

Zwischenüberschrift

Inter Light

Copy Auszeichnung

Merriweather Bold,
wahlweise farbig

Copy:

Nem ipsam vendi dis rehentibusa venisi re ommodit quam esequae imusae ipsundes ad ut as se susame ius auda illorio consequam, tecto tempernatur mossunt alique peditiusa quam, nis am, coris arum re iliquam, te id eaquatisit enisit.

Merriweather Regular

Marginalien:

Nem ipsam vendi dis rehentibusa venisi re ommodit quam esequae imusae ipsundes ad ut as se susame ius auda illorio consequam, tecto tempernatur mossunt alique peditiusa quam, nis am, coris arum re iliquam, te id eaquatisit enisit.

Merriweather Bold

TYPOGRAFIE

Zierschrift

Um Highlights zu setzen oder besondere Themen zu unterstützen, kann die Zierschrift als Wortbeitrag in hellen Farbtönen frei platziert, aber stimmig im Bezug zur Überschrift und dem Thema verwendet werden. Bitte keine Sätze oder Absätze anlegen.

Diese Schriftart ist ebenfalls unter Google Fonts frei verfügbar.

Zierschrift

Great Vibes Regular

STILELEMENTE

Primär

Alle aufgeführten Grafiken können frei, aber stimmig im Bezug verwendet werden.
Bitte auf eine eher zurückhaltende Gestaltung achten.

Heisje



Zirkel



Herz



Landschaft 1



Deckkraft: 40 %

STILELEMENTE

Primär – Do's and Dont's

Folgende Anwendungen sind nicht vorgesehen:

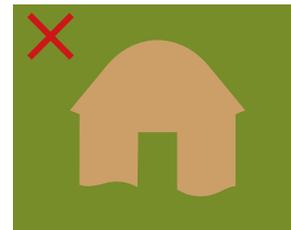
1. Primäre Stilelemente dürfen nicht auf unruhigen und farbigen Hintergründen platziert werden.
2. Primäre Stilelemente dürfen nicht gedreht oder gestürzt werden.
3. Primäre Stilelemente dürfen nicht gestaucht, gequetscht oder verzerrt werden.
4. Die Farbe der primären Stilelemente darf nicht geändert werden.
5. Den primären Stilelementen dürfen keine Effekte hinzugefügt werden.
6. Den primären Stilelementen dürfen keine weitere Elemente hinzugefügt werden.

Heisje - alternative Darstellung

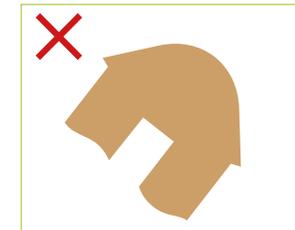


Farbe Hellbraun
Form 1 Deckkraft 45 %
Form 2 Hellbraun 30 %

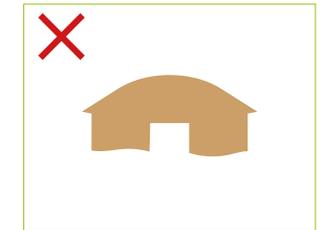
1.



2.



3.



4.



5.



6.



STILELEMENTE

Sekundär

Alle aufgeführten Grafiken können frei, aber stimmig im Bezug verwendet werden.
Bitte auch hier auf eine eher zurückhaltende Gestaltung achten.

Trauben. Lose, als Form oder Band



Landschaft 2



Deckkraft: 60 %

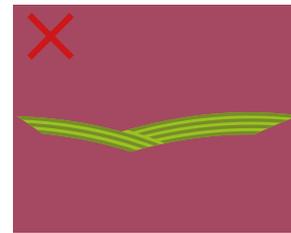
STILELEMENTE

Sekundär – Do's and Dont's

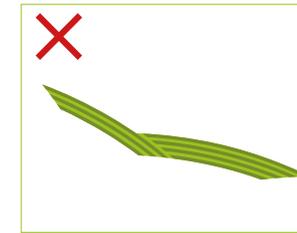
Folgende Anwendungen sind nicht vorgesehen:

1. Sekundäre Stilelemente dürfen nicht auf unruhigen und farbigen Hintergründen platziert werden.
2. Sekundäre Stilelemente dürfen nicht gedreht oder gestürzt werden.
3. Sekundäre Stilelemente dürfen nicht gestaucht, gequetscht oder verzerrt werden.
4. Die Farbe der sekundären Stilelemente darf nicht geändert werden.
5. Den sekundären Stilelementen dürfen keine Effekte hinzugefügt werden.
6. Den sekundären Stilelementen dürfen keine weitere Elemente zu nah hinzufügt werden.

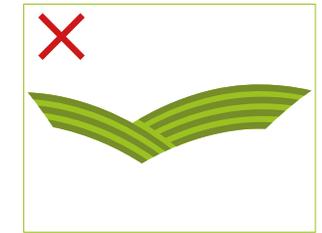
1.



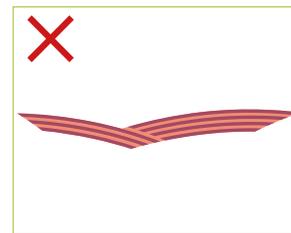
2.



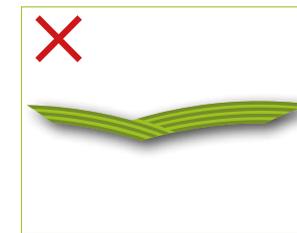
3.



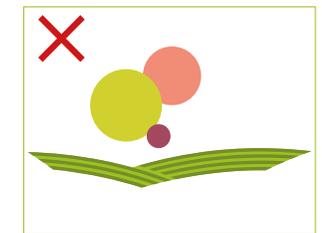
4.



5.



6.



BILDSPRACHE

Die Bildwelt des Wonnegaus zeigt die die schöne Landschaft und das Wohlbefinden der Menschen, ob Einheimische oder Besucher, dar. Es werden, ganz im touristischen Sinne, nur positive Szenen verwendet. Alle Bilder sind stets in Farbe und mit einem hohen Anteil von Grün. Der Fokus im Bild ist durch den Einsatz von Schärfe und Unschärfe erwünscht.



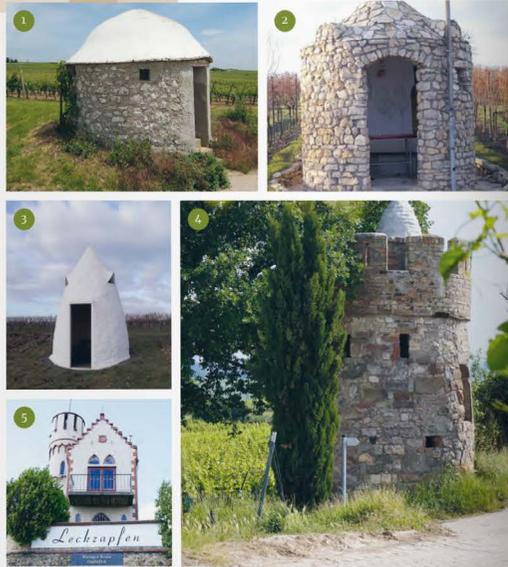
III. ANWENDUNGS- BEISPIELE



BROSCHÜRE



- 1 Kommandozentrale
- 2 Wingertheiße in Gundheim
- 3 Wingertheiße in Gundheim
- 4 Julisturm
- 5 Leckzapfen



Fotos: Rheinhessen Walker, W. v. Swietochowski

Entdecken GÄSTEFÜHRUNGEN

Geführte Wanderungen, Stadtführungen,
Kräuterwanderungen & Nordic Walking Touren

Die Wonnegauer Gästeführer bieten Einzelpersonen und Kleingruppen die Möglichkeit, den Wonnegau aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu entdecken.

Den größten Teil der Führungen macht das bereits etablierte Angebot der Osthofener Gästeführer aus. Von Mai bis Ende September bieten sie an vielen Sonntagen, jeweils um 14,00 Uhr, Führungen in und um Osthofen an. Dabei ist die Themenvielfalt in jedem Jahr sehr groß und soviel sei schon verraten – es kommen immer wieder neue Themenführungen dazu.

Doch auch die Weingemeinden Westhofen, Hochborn und Gundheim lassen sich bei Themenführungen entdecken. So bietet Westhofen beispielsweise die Möglichkeit, den historischen Ortskern zu erkunden oder aber bei einer geführten Wanderung mehr über die zahlreichen „Wingertsheiser“ zu erfahren. In Hochborn setzt sich die Führung kritisch mit den Windrädern auseinander und ein

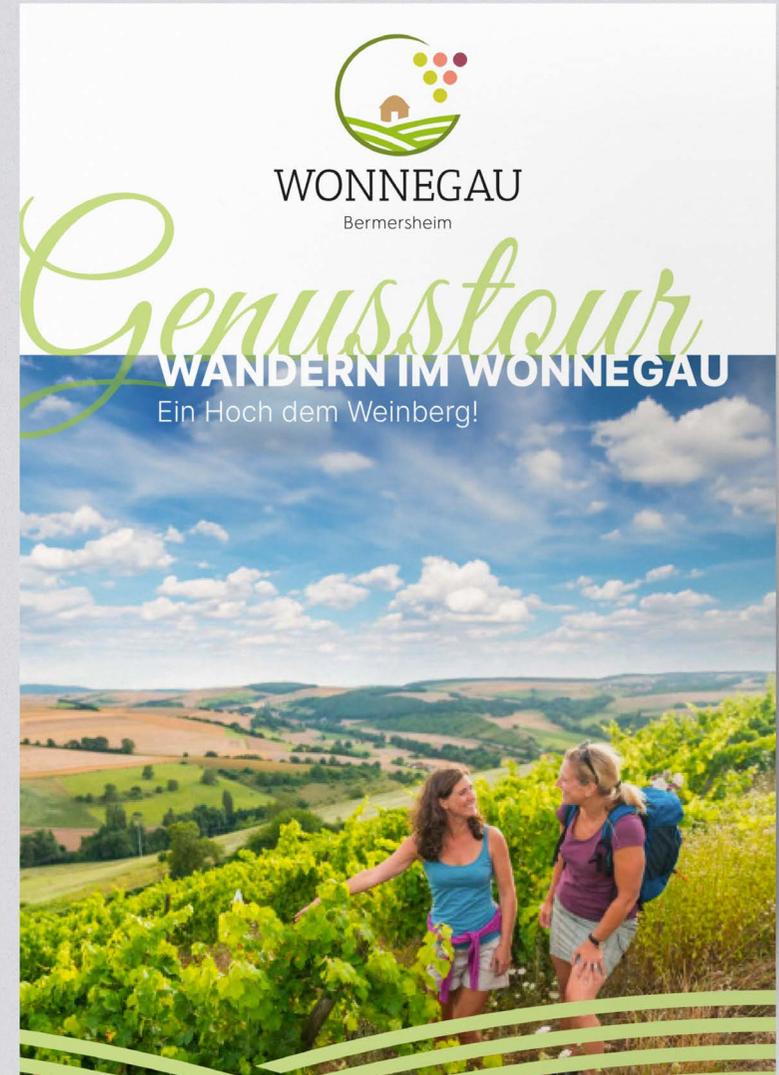
Erzwäcker gibt Einblicke in sein Leben um 1850. In Gundheim stehen zwei Führungen zur Auswahl: „Geschichten rund um Gundheim“ oder „Gundheim – Kulturlandschaft im Wandel“.

Auch wer es sportlich mag, kommt bei einer E-Bike Tour oder zwei verschiedenen Nordic Walking Touren auf seine Kosten.

Besonders die „Kraüterhexen“ unter den Besuchern werden im Wonnegau ihre Freude haben an gleich drei verschiedenen Führungen.

Und nicht zu vergessen sei auch eine von drei Pilgerwanderungen, die durch den Wonnegau führen. Hier wird in Stille auf dem historischen Jakobsweg gewandert.

PLAKAT & ANZEIGE



GESCHÄFTS- AUSSTATTUNG



WEBSITE





Touristikverein Wonnegau e.V.
Am Schneller 3
67574 Osthofen
T (06242) 5030109
tourismus@vg-wonnegau.de
www.wonnegau.de



QR-Code scannen, um
die benötigten Dateien
herunterzuladen oder
unter diesem [LINK](#).

Idee, Konzeption und Umsetzung:
TMC The Marketing Company GmbH & Co. KG
Stand: September 2023