



HIMMELSWEGE

**Corporate Design**

Das vom Land Sachsen-Anhalt ins Leben gerufene Tourismusprojekt „Himmelswege“ ist ein weiteres Projekt zur touristischen Vermarktung unseres Landes. Sein 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.

DAS LOGO

**„Himmelswege“ in Sachsen-Anhalt**

Das Logo der „Himmelswege“ besitzt die Funktion einer Dachmarke, die dem Gesamtkonzept dieses touristischen Projektes Ausdruck verleiht. Es besteht aus einem Signet und einer Wortmarke. Die Grundform ist den touristischen Marken des Landes Sachsen-Anhalt angepasst.

Die einzelnen Elemente des Signets basieren auf der abstrahierten Form der „Himmelsscheibe von Nebra“ als zentrales und bekanntestes Element der „Himmelswege“. Die Kreiselemente symbolisieren die auf der Himmelsscheibe befindlichen Sterne und in ihrer Einheit einzelne Standorte der „Himmelswege“. Der untere Bogen stellt die Himmelsbarke als weiteres Element der Himmelsscheibe dar.

Die Farbgebung orientiert sich am Materialduktus der „Himmelsscheibe von Nebra“.

Die Wortmarke „Himmelswege“ ist unter dem Signet angeordnet und steht als erklärender Schriftzug immer in Verbindung mit diesem.

Der serifenbetonte Schriftzug entspricht der Logo-Typografie des Landesmuseums für Vorgeschichte Halle. Durch die Schreibweise in Versalien (Großbuchstaben) sowie der zentrierten Ausrichtung unter dem Signet wird dem Logo sein individueller Ausdruck verliehen und die Wiedererkennbarkeit unterstützt.

Sonderfall auf Karten

FARBIGKEIT

Die Farben des Logos

Das Logo ist im normalen Anwendungsfall zweifarbig: grün und gold. Der Grün- und der Goldton sind als wiedererkennbare Farben zur „Himmelscheibe von Nebra“ definiert. Dafür wird ausschließlich für das Grün der Vollton HKS 56 K und für den Goldton Pantone 7409 C oder deren 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 oder negativ zum Einsatz.

Das Aufrastern in Graustufen wird nicht empfohlen.

Definition RAL

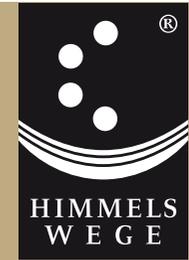
Grün 1003

Gold 6024

Definition ORACAL

Grün 751-607

Gold 751-19

**Definition Bilderdruck**

Volltöne

Grün HKS 56 K

Gold Pantone 7409 C

Definition Offsetpapier

Volltöne

Grün HKS 56 N

Gold Pantone 129 U

Prozessfarben

Grün 100 % cyan

55 % magenta

73 % yellow

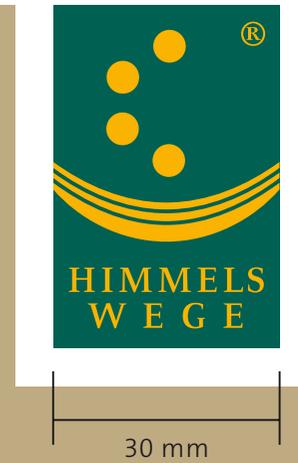
0 % schwarz

Gold 0 % cyan

34 % magenta

100 % yellow

0 % schwarz



Basislogo

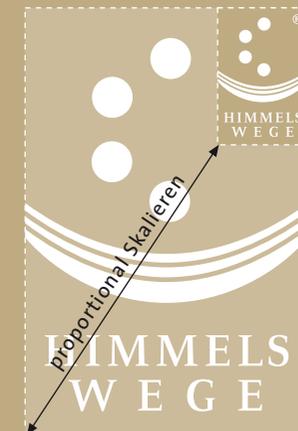


kleinste
Anwendung

Größe und Ausrichtung

Das Größenverhältnis ist klar definiert und sollte nicht verändert werden. Die Skalierung darf nur proportional – verkleinert oder vergrößert – vollzogen werden. Für kleinstformatige Anwendungen des Logos ist eine Mindestbreite von 12 mm festgelegt, um die Lesbarkeit zu garantieren.

proportional
Skalieren



ANWENDUNGSGRÖSSEN

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

**kleinste
Abbildung**



12 mm

DIN A4

DIN A5

**Flyer
DIN lang**

**Broschur
DIN lang**



15 mm

DIN A3

DIN A4

DIN A5

**Broschur
21 x 21 cm**

**Briefbogen
DIN A4**



22,5 mm

DIN A3

Basislogo



30 mm

DIN A2



37,5 mm

DIN A1



60 mm

FARBKLIMA AUF FARBFLÄCHEN

**Das Logo auf farbigen Hintergründen**

Das Logo ist im Normalfall zweifarbig (grün und gold) 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).



ANWENDUNG MIT FARBBILDERN

Das Logo auf Bildern

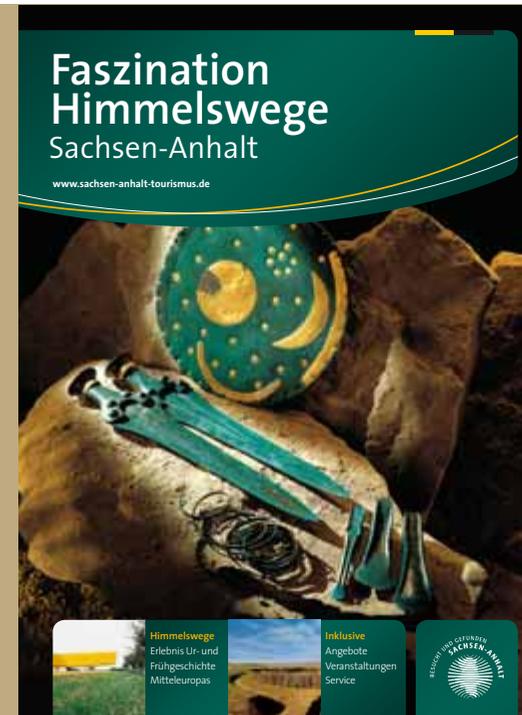
Das Logo sollte generell zweifarbig (grün und gold) auf einer ruhigen Hintergrundfläche im Bild platziert werden. Handelt es sich um einen dem Logo-Grün in Farbe oder Helligkeit ähnlichen Bildhintergrund, sollte das Logo mit weißem Grund erscheinen.



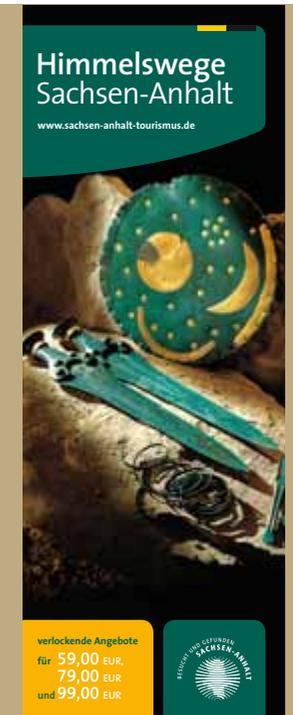
ANWENDUNGSBEISPIELE

Empfehlungen zur Positionierung des Logos

Das Logo soll präsent sein, dem Betrachter ins Auge fallen, dabei nicht aufdringlich wirken. Die hier sichtbaren Anwendungen orientieren sich am touristischen Erscheinungsbild des Landes Sachsen-Anhalt.



Format:
Broschur 215 x 290 mm



schmales Format:
Broschur 107,5 x 290 mm



Format:
Faltblatt 150 x 215 mm

BEGLEITENDE TYPOGRAFIE UND LAYOUT

Um die Nähe zum Ursprungsland und eine Einheitlichkeit der touristischen Publikationen des Landes herzustellen, empfiehlt sich in der begleitenden Anwendung eine Orientierung am touristischen Er-

scheinungsbild des Landes Sachsen-Anhalt in Form der Publikationen der Landesmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt.

The Sans Light für Fließtexte

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

The Sans für Fließtexte mit kleinen pt-Größen

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

The Sans Bold für Sublines

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

The Sans Semi Light und **The Sans Semi Bold** für gesonderte Auszeichnungen und große Überschriften

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Italic-Schnitte der Schriftenfamilie können für weitere Hervorhebungen bzw. Unterscheidungen eingesetzt werden, z. B. Internet-Adressen oder bei Zweisprachigkeit.

NOT TO DO

**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 „Himmelswege“ 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.



BESCHILDERUNG STRASSE

Zeichen 386: Touristikstraßen außerhalb von Autobahnen (Richtlinien des „Touristischen Leit-systems in Sachsen-Anhalt“ sind anzuwenden!)

Zeichen 386: Touristikstraßen außerhalb von Autobahnen (Richtlinien des „Touristischen Leit-systems in Sachsen-Anhalt“ sind anzuwenden!)



BESCHILDERUNG RADWEGE

SONDERFORMEN

Wegweisung für den nicht motorisierten Verkehr
(Richtlinien des „Touristischen Leitsystems in Sachsen-Anhalt“ sind anzuwenden!)

Kurzschild: gibt den Verlauf touristischer Wege an
(Richtlinien des „Touristischen Leitsystems in Sachsen-Anhalt“ sind anzuwenden!)



Routenschild: Hinweis auf den Verlauf touristischer Wege bzw. direkt vor Ort



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

Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-Anhalt

Richard-Wagner-Straße 9, 06114 Halle

Tel. 03 45/52 47 – 30

www.archlsa.de

Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt

Hasselbachstraße 4, 39104 Magdeburg

www.sachsen-anhalt.de

Bildnachweis:

Juraj Lipták, Dr. Ralf Schwarz, Landesamt für
Denkmalpflege und Archäologie Sachsen-Anhalt,
Holzer Kobler Architekturen (Zürich)

Stand: Juni 2008



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft



Archäologie in Sachsen-Anhalt

LANDESMUSEUM FÜR VORGESCHICHTE



SACHSEN-ANHALT

Wir stehen früher auf.