



# Corporate Design **FRANKENWALD**

## HANDBUCH

Anwendungsrichtlinien des Corporate Designs **FRANKENWALD** in ihren unterschiedlichen Gestaltungsformen zur einheitlichen visuellen Umsetzung in Kommunikationsmedien.





# FRANKENWALD

Entstehungsgeschichte und Verwendungsidee des Corporate Designs **FRANKENWALD**.

- 1) Im Rahmen des Projektes „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland: Der Frankenwald“ 2013 - 2015 beschäftigten sich die dabei beteiligten Projektpartner Frankenwaldverein e.V., Naturpark Frankenwald e.V. und Frankenwald Tourismus Service Center unter anderen auch mit der zukünftigen Außendarstellung des Themas „Wandern im FRANKENWALD“. Da die drei Institutionen drei unterschiedliche CD's und Logos hatten/haben, einigte man sich, dass eine Konzentration auf die Kernaussage - Wandern im FRANKENWALD - und nicht die Darstellung der einzelnen Institutionen im Vordergrund stehen sollte. Ergänzt mit den in jedem Partnerlogo wiederfindbaren und somit prägenden Darstellung von Bäumen wurde für das Thema Wandern der Schriftzug mit der grafischen Einbindung von zwei stilisierten Bäumen entwickelt:



- 2) Gleichzeitig wurde von 2014 - 2016 auch der Tourismusleitfaden FRANKENWALD neu erarbeitet. Das Wandern wurde als DAS zentrale Thema dabei identifiziert und somit war die logische Konsequenz, die parallel erarbeitete Außendarstellung des Wanderns in das komplette CD des FRANKENWALDES zu übernehmen. Der bei diesem Prozess erarbeitete Slogan „Draußen. Bei uns.“ konnte somit als **themenübergreifende Wort- und Bildmarke FRANKENWALD** entwickelt werden:



- 3) Gestalter & Urheber des CD FRANKENWALD ist litho - design M. TEUBER, Isaar 38, 95183 Töpen.  
Die grafischen Nutzungsrechte wurden im Rahmen des o.g. Projektes für die drei Projektpartner Frankenwaldverein e.v., Naturpark Frankenwald e.V. und Frankenwald Tourismus Service Center übertragen.
- FRANKENWALD TOURISMUS Service Center ist die bisher einzige Institution (und somit Hauptnutzer) in der Region, die diesen Slogan und diese Darstellung verwendet.
  - Grundsätzlich ist dieser Slogan und diese Darstellung nicht ausschließlich eine an das FRANKENWALD TOURISMUS Service Center als Institution gebundene Headline. Es kann/darf/sollte – unter Einhaltung der nachfolgenden CD-Richtlinien und in Abstimmung mit dem Hauptnutzer - auch als übergeordnete „Dachmarke“ für die Region – unabhängig von jeglicher Institution – verstanden und genutzt werden.
  - Gleiches gilt auch für den Basis-Schriftzug FRANKENWALD

## FRANKENWALD

mit ggf. thematischen Ergänzungen, wie es für die touristischen Themen (vgl. unten) weiterentwickelt wurde.

**Um Missbrauch oder eine unsachgemäße Verwendung zu vermeiden ist bei jeglicher Verwendung eine Abstimmung und Information mit dem primären Hautnutzer Frankenwald Tourismus Service Center erforderlich. Dort liegen auch alle grafischen und gestalterischen Vorgaben und Logos in digitaler Form vor und sind abrufbar.**

**Individuelle grafische Modifikationen sind mit dem maßgeblichen Gestalter litho - desgn M. TEUBER umzusetzen.**

**Nur so ist es gemeinsam möglich, die Region FRANKENWALD mit EINEM optischen Wiedererkennungsmerkmal auszustatten und sich nicht durch unterschiedlichste Darstellungsweisen nach Außen selbst zu schwächen und den Wiedererkennungswert der Region zu verwässern.**

- 4) Das FRANKENWALD TOURISMUS Service Center hat weiterhin als „Firmenlogo“ das bestehende stilisierte Bäumchen mit dem zweizeiligen FRANKENWALD Schriftzug. Dies wird in der Außendarstellung nicht als **prägendes CI-Element verwendet**, sondern lediglich bei der Adress-/Kontaktangabe als Zusatz zur Institution:  
Gleiches gilt natürlich für andere Institutionen, die für die Außendarstellung das FRANKENWALD-Regionslabel bzw den Basis-Schriftzug nutzen wollen. Die Nutzung ihrer eigenständigen Firmenlogos im Zusammenhang mit Ihrer Institution kann/soll/darf natürlich erfolgen.



- 5) Da das CD für das Thema „Wandern“ insbesondere auch für die touristischen Werbemittel entwickelt wurde, war es nur konsequent auch für die anderen touristischen Themen und Printprodukte auf das CD umzustellen:



Der folgende CD-Leitfaden zeigt die erarbeiteten und einzuhaltenden Standards der CD-Linie FRANKENWALD. Vorlagen, Muster etc. können jederzeit bei FRANKENWALD TOURISMUS Service Center abgerufen werden bzw können mit dem ideengebenden Grafikbüro litho - design TEUBER individuell erstellt werden.



## WORTMARKE

### SCHRIFT:

Die Wortmarke FRANKENWALD ist in der Schrift Akzidenz Grotesk im Schnitt Bold dargestellt.

Durch die Verwendung von Großbuchstaben vermittelt die Wortmarke eine betonte Aussage und ein klares, selbstbewusstes Erscheinungsbild.

### FARBE:

Die Farbgestaltung der Wortmarke FRANKENWALD greift hier auf die Farben Grau und Grün zurück, welche Bestandteile im natürlichen Erscheinungsbildes des Frankenwaldes sind. Durch die farbliche Trennung der Worte FRANKEN und WALD wird der Wortsinn „Wald der Franken“ hervorgehoben. Grau und Grün sind zeitlose Farben und unterliegen nicht einem kurzzeitigen Farbtrend um den Wiedererkennungswert langfristig zu nutzen und die Marke zu prägen.

# FRANKENWALD

Schrift:

AKZIDENZ GROTESK / Bold

Farben - 4c

■ Grau - C 0 / M 0 / Y 0 / K 70  
■ Grün - C 40 / M 0 / Y 80 / K 0

Farben - Pantone C

■ Grau - Pantone 424 C  
■ Grün - Pantone 375 C

Farben - HKS K

■ Grau - HKS 92 K  
■ Grün - HKS 67 K (60%)

## BILD- U. WORTMARKE

Die Bild- und Wortmarke  
FRANKENWALD  
ist eine feststehende Kombination.  
Stand, Proportion und Anordnung dürfen  
nicht verändert werden.

Maßeinheit: Millimeter



## BILD- U. WORTMARKE mit Umriß-Skizze

Als zusätzliches Gestaltungsmerkmal  
um die Bild- und Wortmarke zu betonen  
wird sie in eine Umriß-Skizze eingefügt  
und als Header für unterschiedliche  
Gestaltungen verwendet.



## WORTMARKE mit Slogan

Die Wortmarke FRANKENWALD mit dem rechtsbündigen Slogan DRAUSSEN. BEI UNS. ist eine feststehende Kombination aus zwei Zeilen. Stand, Proportion und Anordnung dürfen nicht verändert werden.

Maßeinheit: Millimeter



Schrift: AKZIDENZ GROTESK / Bold

Farben - 4c  
 Grau - C 0 / M 0 / Y 0 / K 70  
 Grün - C 40 / M 0 / Y 80 / K 0

Farben - Pantone C  
 Grau - Pantone 424 C  
 Grün - Pantone 375 C

Farben - HKS K  
 Grau - HKS 92 K  
 Grün - HKS 67 K (60%)

## BILD- U. WORTMARKE mit Slogan

Die Bild- und Wortmarke  
FRANKENWALD  
mit dem rechtsbündigen Slogan  
DRAUSSEN. BEI UNS.  
ist eine feststehende Kombination.  
Stand, Proportion und Anordnung dürfen  
nicht verändert werden.



## BILD- U. WORTMARKE mit Slogan und Umriss-Skizze

Als zusätzliches Gestaltungsmerkmal  
um die Bild- und Wortmarke zu betonen  
wird sie in eine Umriß-Skizze eingefügt  
und als Header für unterschiedliche  
Gestaltungen verwendet.





## BILD- U. WORTMARKE mit Themenbezeichnung oben

Die Bild- und Wortmarke  
FRANKENWALD  
mit einer Themenbezeichnung oben  
ist eine feststehende Kombination.  
Stand, Proportion und Anordnung dürfen  
nicht verändert werden.  
Nur die Themenbezeichnung in der  
ersten Zeile wird geändert.




Arrangements im  
**FRANKENWALD**



Regionale Küche im  
**FRANKENWALD**

## BILD- U. WORTMARKE mit Themenbezeichnung oben und Umriss-Skizze

Die Bild- und Wortmarke  
FRANKENWALD  
mit einer Themenbezeichnung oben ist  
eine feststehende Kombination.  
Stand, Proportion und Anordnung dürfen  
nicht verändert werden.  
Nur die Themenbezeichnung in der  
ersten Zeile wird geändert.  
Als zusätzliches Gestaltungsmerkmal  
um die Bild- und Wortmarke zu betonen  
wird sie in eine Umriß-Skizze eingefügt  
und als Header für unterschiedliche  
Gestaltungen verwendet.

Maßeinheit: Millimeter



## BILD- U. WORTMARKE mit Themenbezeichnung unten

Die Bild- und Wortmarke FRANKENWALD mit einer rechtsbündigen Themenbezeichnung unten ist eine feststehende Kombination. Stand, Proportion und Anordnung dürfen nicht verändert werden. Nur die Themenbezeichnung in der zweiten Zeile wird geändert.

Maßeinheit: Millimeter



## BILD- U. WORTMARKE mit Themenbezeichnung unten und Umriss-Skizze

Als zusätzliches Gestaltungsmerkmal um die Bild- und Wortmarke zu betonen wird sie in eine Umriß-Skizze eingefügt und als Header für unterschiedliche Gestaltungen verwendet.





## BILD- U. WORTMARKE mit Slogan

farbige Darstellung auf schwarzem  
Untergrund.



Schrift:

AKZIDENZ GROTESK / Bold

Farben - 4c

■ Grau - C 0 / M 0 / Y 0 / K 50  
■ Grün - C 40 / M 0 / Y 80 / K 0

Farben - Pantone C

■ Grau - Pantone 424 C (50%)  
■ Grün - Pantone 375 C

Farben - HKS K

■ Grau - HKS 92 K (50%)  
■ Grün - HKS 67 K (60%)

Farbe Slogan

□ Weiss - C 0 / M 0 / Y 0 / K 0

## BILD- U. WORTMARKE mit Slogan

1-farbig schwarze Darstellung  
auf weissem Untergrund  
mit Halbtönen.



**FRANKENWALD**  
**DRAUSSEN. BEI UNS.**

Schrift:

AKZIDENZ GROTESK / Bold

Farben - 4c

■ Schwarz - C 0 / M 0 / Y 0 / K 100

■ Grau - C 0 / M 0 / Y 0 / K 50

## BILD- U. WORTMARKE mit Slogan

1-farbig schwarze Darstellung  
auf schwarzem Untergrund  
mit Halbtönen.



Schrift:

AKZIDENZ GROTESK / Bold

Farben - 4c

□ Weiss - C 0 / M 0 / Y 0 / K 0

■ Grau - C 0 / M 0 / Y 0 / K 50



## BILD- U. WORTMARKE

mit Slogan  
und Umriss-Skizze

1-farbig schwarze Darstellung  
auf schwarzem und weissem  
Untergrund mit Halbtönen.



## SCHRIFTEN UND FARBEN

### SCHRIFTEN VERWENDUNG:

AKZIDENZ GROTESK im Schnitt Bold für die Wortmarke

CHARME im Schnitt Roman für die zertifizierten Wanderwege

HELVETICA NEUE in den Schnitten Condensed und Bold Condensed für Überschriften, Untertitel, Fließtexte und Bildunterschriften

### FARBEN VERWENDUNG:

Schwarz für Fließtexte

Grau 70 % für Wortmarke

Grau 50 % für Wortmarke

Weiß für Texte auf dunkeltem Untergrund

Grün für Wort- und Bildmarke und für Grafik

Rot für zertifizierten Wanderweg und Betonung in Fließtexten

Blau für zertifizierten Wanderweg

### Verwendete Schriften:

AKZIDENZ GROTESK / Bold

CHARME / Roman

HELVETICA NEUE / Condensed und Bold Condensed

### Verwendete Farben:

Farben - 4c  Schwarz - C 0 / M 0 / Y 0 / K 100


Farben - 4c  Grau - C 0 / M 0 / Y 0 / K 70

Farben - 4c  Grau - C 0 / M 0 / Y 0 / K 50

Farben - 4c  Weiß - C 0 / M 0 / Y 0 / K 0

Farben - 4c  Grün - C 40 / M 0 / Y 80 / K 0

Farben - 4c  Rot - C 30 / M 100 / Y 90 / K 0

Farben - 4c  Blau - C 100 / M 72 / Y 0 / K 6

**WORTMARKEN-  
KOMBINATION**

mit Bezeichnung für  
zertifizierte Wanderwege

**SCHRIFT:**

Die Wortmarke FRANKENWALD  
ist in der Schrift Akzidenz Grotesk  
im Schnitt **bold** dargestellt.

Ergänzend dazu wird die Schreibschrift  
Charme im Schnitt roman verwendet,  
die den Markennamen des zertifizierten  
Wanderweges Steig beziehungsweise  
Steigla

emotional hervorhebt.

Unterstützt wird der Markenname in  
visueller Form durch die gedreht anstei-  
gende Position.

**FARBE:**

Die Wortmarke FRANKENWALD ver-  
wendet die Farben Grau und Grün. Die  
Wortmarke Steig greift auf die schon  
vorher, für das grafische Erscheinungs-  
bild des Frankenwaldes verwendete  
Farbe Rot zu.

Die Wortmarke Steigla wird durch die  
neu definierte Farbe Blau dargestellt.

FRANKENWALD *Steig*

FRANKENWALD *Steigla*

Schrift FRANKENWALD:

AKZIDENZ GROTESK / Bold

Schrift Steig/la:

CHARME / Roman

Farben - 4c

■ Grau - C 0 / M 0 / Y 0 / K 70

■ Grün - C 40 / M 0 / Y 80 / K 0

Farben - 4c

■ Rot - C 30 / M 100 / Y 90 / K 0

Farben - 4c

■ Blau - C 100 / M 72 / Y 0 / K 6



**ANWENDUNGSBEISPIEL**

Markierungszeichen  
125 x 95 mm  
mit Bezeichnung für  
zertifizierte Wanderwege



## GESTALTUNGSRASTER

Broschüre DIN A4  
Hochformat / Titel

Maßeinheit: Millimeter



**ANWENDUNGSBEISPIEL**

eines anderen touristi-  
schen Unternehmens  
Broschüre DIN A4  
Hochformat / Titel

Auf der Titelseite können die Elemente

1. Logo eines anderen touristischen Unternehmens und
2. Bezeichnung eines anderen touristischen Unternehmens platziert werden.





**GESTALTUNGSRASTER**

Broschüre DIN A4  
Hochformat /  
Rückseite

Der großflächig grüne Bereich wird für  
die Darstellung von Logos und  
Kontaktdaten verwendet.

(Beispiel: FRANKENWALD TOURISMUS  
Service Center)



**ANWENDUNGSBEISPIEL**

Broschüre DIN A4  
Hochformat / Titel

Auf der Titelseite können die  
touristischen Elemente

1. FRANKEN Tourismus (als CI Element Frankentourismus) und
2. Bayern Raute (als CI Element Bayern Tourismus Marketing GmbH) platziert werden.



## ANWENDUNGSBEISPIEL

Broschüre DIN A4  
Hochformat /  
Innenseite links

Beispiel für eine Seitengestaltung mit  
zwei Textspalten.

Bei den Innenseiten kann die Seite  
mit einem zum Thema passenden  
schwarz/weiß Hintergrundfoto in einer  
Tönung von 15 % unterlegt werden.





## ANWENDUNGSBEISPIEL

Broschüre DIN A4  
Hochformat /  
Innenseite rechts

Beispiel für eine Seitengestaltung mit  
drei Textspalten.

Bei den Innenseiten kann die Seite  
mit einem zum Thema passenden  
schwarz/weiß Hintergrundfoto in einer  
Tönung von 15 % unterlegt werden.



## ANWENDUNGSBEISPIEL

Broschüre DIN A4  
Querformat /  
Titelseite

Bei Querformaten kann der Header  
FRANKENWALD und der Holzbalken  
proportional zu der Bemaßung angepaßt  
werden.





## ANWENDUNGSBEISPIEL

Broschüre DIN lang  
Hochformat / Titel

Auf der Titelseite können die  
touristischen Elemente

1. FRANKEN Tourismus (als CI Element Frankentourismus) und
2. Bayern Raute (als CI Element Bayern Tourismus Marketing GmbH) platziert werden.



**ANWENDUNGSBEISPIEL**

Broschüre DIN lang  
Hochformat /  
Innenseiten

Bei den Innenseiten kann die Seite  
mit einem zum Thema passenden  
schwarz/weiß Hintergrundfoto in einer  
Tönung von 15 % unterlegt werden.



**ANWENDUNGSBEISPIEL**

Broschüre DIN lang  
Hochformat /  
Rückseite

Der großflächig grüne Bereich wird für  
die Darstellung von Logos und  
Kontaktdaten verwendet.

(Beispiel: FRANKENWALD TOURISMUS  
Service Center)



Maßeinheit: Millimeter

## ANWENDUNGSBEISPIEL

### Prospektständer und Wandertafeln

Bei diesen Anwendungsbeispielen wird die Umriss-Skizze des Headers nach Formgebung ausgeschnitten.



# FRANKENWALD DRAUSSEN. BEI UNS.



F R A N K E N  
W A L D

**FRANKENWALD TOURISMUS  
Service Center**

Adolf-Kolping-Straße 1  
96317 Kronach  
Tel. 09261 601517  
Fax 09261 601515  
mail@frankenwald-tourismus.de  
www.frankenwald-tourismus.de