

Stiftung Dome und Schlösser
in Sachsen-Anhalt



Prints

Corporate Design
Stand 01. 03. 2005

Dieses Corporate-Design-Manual wird laufend entsprechend den Anforderungen und Bedingungen der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt aktualisiert.

Bitte achten Sie darauf, immer die aktuellen Vorgaben zu verwenden.

Sie finden den neuesten Stand des Manuals im Internet unter

www.dome-schloesser.de.

Dateivorlagen erhalten Sie auf Anfrage unter

Tel. (03 92 41) 934-30.

Dort können Sie auch weitere Auskünfte zum CD-Manual erhalten.

Die konsequente Umsetzung dieser Vorgaben sichert der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt einen einheitlichen Auftritt in der Öffentlichkeit und ist die Grundvoraussetzung für den Wiedererkennungswert.

Technisch bedingt ist die optische Farbwiedergabe in diesem Corporate-Design-Manual nicht verbindlich.

Diese Richtlinien beruhen auf den Grundlagen des Corporate Design der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt. Sie sind im Manual „Basiselemente“ zusammengefasst.

Dieses Design-Manual regelt die Gestaltung der Print-Medien der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt.

Die Regeln sind offen und flexibel. Sie lassen ein hohes Maß an gestalterischer Freiheit zu, ohne den hohen gestalterischen Anspruch der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt zu vernachlässigen.

Je nach Inhalt und Zielsetzung der Prints kann unter Einhaltung der nachfolgend aufgeführten oder unter „Basiselemente“ erläuterten Spielregeln auch an bisher bewährte Gestaltungslinien angeknüpft werden.

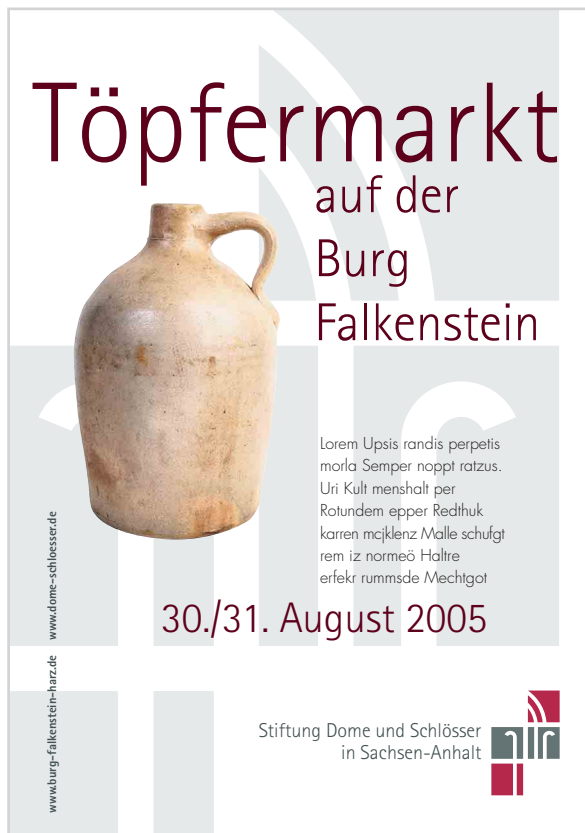
Der Wiedererkennungswert der Printmedien der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt wird durch drei Hauptaspekte gewährleistet. Sie sind die Grundsäulen in der gestalterischen Arbeit.

- (1) die konsequente Umsetzung der Regeln für den Einsatz des Logos der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt
- (2) der kreative Einsatz der Festlegung zur Farbwelt der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt
- (3) die Verwendung der Schrift AT Rotis Sans Serif für Headlines.

Es ist möglich die Grafik der Logo-Bildmarke als illustratives Element in die grafische Gestaltung der Print-Medien mit einzubauen.

Dabei gelten folgende Regeln:

- (1) Die Proportionen (Vektoren) bleiben erhalten.
- (2) Das illustratives Element ist niemals der alleinige gestalterische Mittelpunkt. Es ist immer nur unterstützende Illustration.
- (3) Das illustrative Element erscheint nur in einer Farbe entsprechend der vorgegebenen Farbwelt.

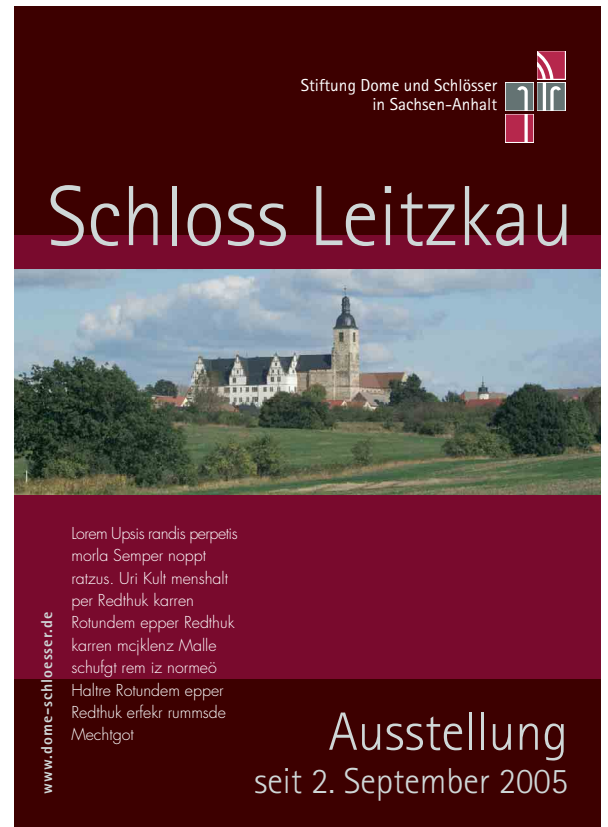


Für Plakate werden möglichst wenige Regeln vorgegeben, um die kreativen Gestaltungsmöglichkeiten nicht unnötig einzuengen.
Lediglich die unten aufgezählten Punkte sind einzuhalten.



Gestaltungs-Checkliste:

- Logoeinsatz beachtet ...
- Farben aus der Farbwelt verwendet ...
- Headline: AT Rotis Sans Serif ...
- illustratives Element richtig eingesetzt ...



Es ist möglich das Logo auf der Fläche unterschiedlich zu positionieren. Innerhalb der Gestaltung wird eine asymmetrische Anordnung bevorzugt.

Das Logo wird vorrangig im rechten Bereich der Gestaltungsfläche unter Beachtung des Mindestabstandes zum Rand eingesetzt.

Für die Gestaltung der Flyer (üblicherweise im DIN-lang-Format) werden die gestalterischen Freiräume etwas mehr begrenzt.

Unsere Flyer sind oft über lange Zeiträume in den Auslagen der Liegenschaften zu finden mitunter in enger Nachbarschaft mit anderen Flyern der Stiftung oder anderer Einrichtungen.

Aus diesem Grund ist es uns wichtig für dieses Medium die gestalterische Einheit zu verstärken und innerhalb unserer Flyer ein visuell wahrnehmbares Prinzip der Zuordnung zu gestalten.

Die zusätzlichen Regelungen für die Gestaltung unserer Flyer werden im Folgenden erläutert. Sie betreffen

(1) die Einschränkung der Farbwelt und Zuordnung der Farben zu drei unterschiedlichen Flyer-Typen,

(2) die Festlegung der Logogröße und Einschränkung der Platzierung des Logos auf zwei Möglichkeiten,

(3) die Festlegung des grafischen Elementes und des Layouts für Titel und Rückseite.

Eine entsprechende Layoutvorlage kann als Datei geliefert werden.

Dies ist möglich in den Formaten: FreeHand (Mac), QuarkXPress (Mac/PC) oder CorelDraw (PC).

Die im Layout nicht festgelegten Flächen sind unter Berücksichtigung der allgemeinen Regeln dieses Corporate Designs frei gestaltbar.

(z.B. Innenseiten)

Typografie ist sparsamer einzusetzen.

Innerhalb eines Flyers dürfen nicht mehr als zwei Schriftarten verwendet werden – Headline-Schrift und Fließtext-Schrift. Je Schriftart dürfen max. 3 Schriftschnitte zur Anwendung kommen.

Unterstreichungen, Schattenlegungen und grafische Verfremdungen sind hinsichtlich einer klaren Gestaltung zu unterlassen.

Es gilt die gestalterische Grundregel: Weniger ist mehr.

Die Flyer werden nach inhaltlichen Gesichtspunkten in drei Grundtypen unterschieden. Diesen Typen sind festgelegte Farbwelten zugeordnet.

Flyer Typ I

Flyer ohne zeitliche Begrenzung:
z.B. Flyer die Liegenschaften oder Objekte der Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt beschreiben.

Flyer Typ II

Flyer mit zeitlicher Begrenzung:
z.B. Programm-Flyer

Flyer Typ III

Flyer die ausschließlich auf ein bestimmtes Ereignis hinweisen

primäre Farben (Hintergrund, große Farbflächen)

HKS 17 + 40% Schwarz
CMYK = 30 / 100 / 70 / 40

80% HKS 93
CMYK = 16 / 0 / 8 / 64

Weiß

HKS 17 + 80% Schwarz
CMYK = 30 / 100 / 70 / 80

HKS 93
CMYK = 20 / 0 / 10 / 80

20% HKS 93
CMYK = 4 / 0 / 2 / 16

sekundäre Farben (grafische Elemente, kleine Farbflächen, Linien, farbige Typografie)

HKS 17
CMYK = 30 / 100 / 70 / 0

80% HKS 17
CMYK = 24 / 80 / 56 / 0

HKS 17
CMYK = 30 / 100 / 70 / 0

HKS 17 + 20% Schwarz
CMYK = 30 / 100 / 70 / 20

HKS 17
CMYK = 30 / 100 / 70 / 0

HKS 17 + 20% Schwarz
CMYK = 30 / 100 / 70 / 20

HKS 17 + 60% Schwarz
CMYK = 30 / 100 / 70 / 60

HKS 17 + 20% Schwarz
CMYK = 30 / 100 / 70 / 20

HKS 17 + 40% Schwarz
CMYK = 30 / 100 / 70 / 40

HKS 93
CMYK = 20 / 0 / 10 / 80

60% HKS 93
CMYK = 12 / 0 / 6 / 48

HKS 93
CMYK = 20 / 0 / 10 / 80

80% HKS 93
CMYK = 16 / 0 / 8 / 64

40% HKS 93
CMYK = 8 / 0 / 4 / 32

60% HKS 93
CMYK = 12 / 0 / 6 / 48

60% HKS 93
CMYK = 12 / 0 / 6 / 48

20% HKS 93
CMYK = 4 / 0 / 2 / 16

40% HKS 93
CMYK = 8 / 0 / 4 / 32

Flyer, die keinem der drei Grundtypen zugeordnet werden können, werden als Typ III behandelt.

Flyer Typ I

Liegenschaftsbeschreibung



Flyer Typ II

Jahresprogramm

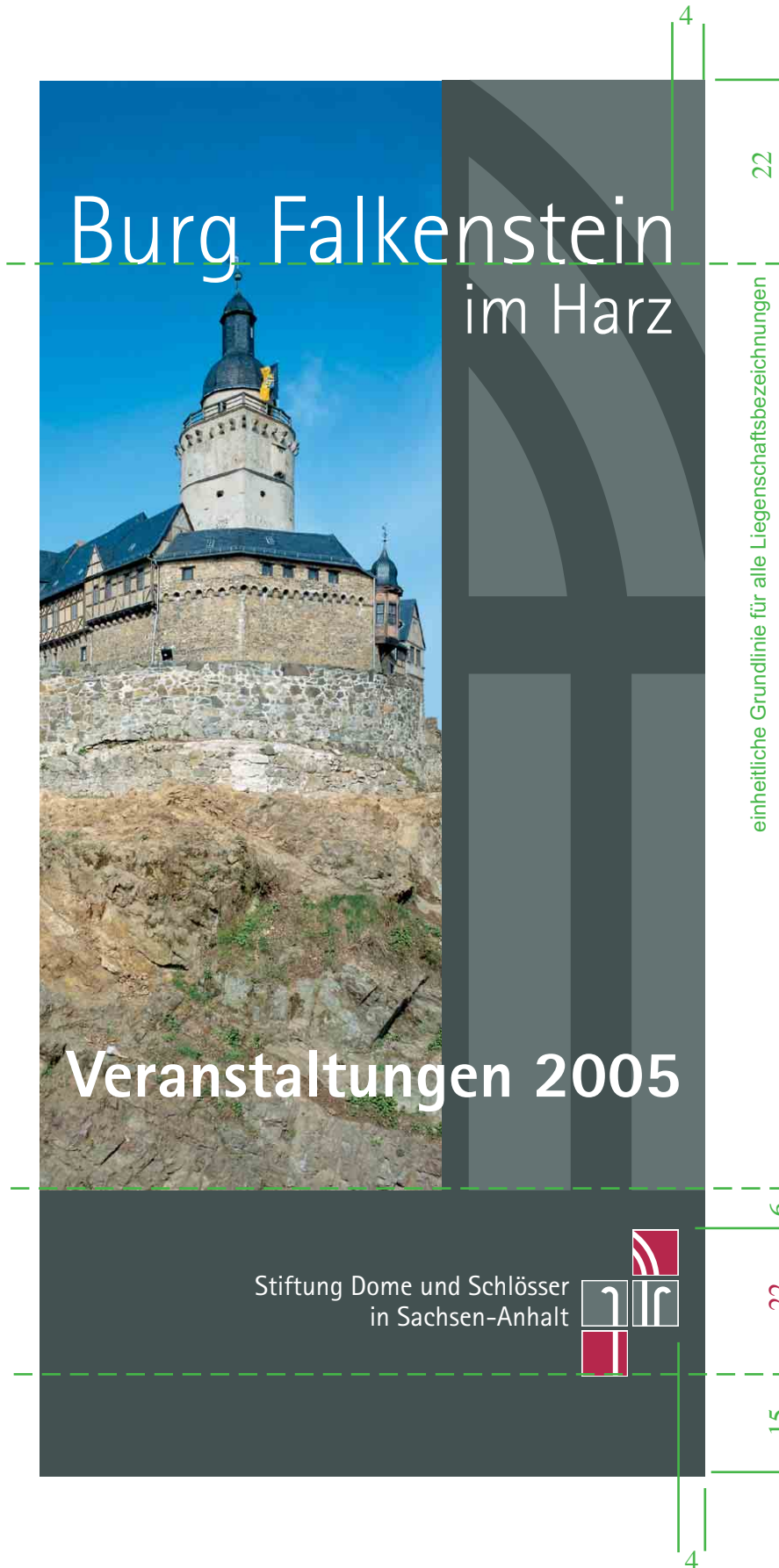


Flyer Typ III

Programm für Weihnachtskonzert



Die Innenseiten können weiß gehalten werden oder der Fortsetzung der zugeordneten Farbwelt gestaltet werden.



Für alle Flyer wird die Platzierung und die Größe des Logos vorgeschrieben.

Das Logo erscheint immer auf dem Titel der Publikation mit Wort und Bildmarke.

Das Logo ordnet sich rechts zum Rand entsprechend der hier abgebildeten Vermaung.

Diese Regelung gilt für DIN-lang Formate und A5. Abweichende Formate sind analog zu behandeln und entsprechend den Grenverhltnissen anzugleichen.

Die Layoutlinien

dienen zur Vereinheitlichung der Gestaltung. Sie knnen als Begrenzung für Textblcke, Bilder oder Farbfelder genutzt werden.

Nicht vermate Gestaltungselemente sind frei einsetzbar.

Öffnungszeiten:

März bis Oktober:

Mo (außer am Feiertag) geschlossen

Di-Fr 9:00-17:00 Uhr

Sa, So, Feiertag 9:00-18:00 Uhr

November bis Februar:

Mo (außer am Feiertag) geschlossen (24.12. geschlossen)

Di-Fr 9:00-16:00 Uhr

Sa, So, Feiertag 9:00-17:00 Uhr

Letzter Einlass in die Burg 30 min vor Schließung.

Stiftung Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt

Museum Burg Falkenstein

Ortsteil Pansfelde

06543 Falkenstein/Harz

Tel.: (03 47 43) 5 35 59-0

Fax: (03 47 43) 5 35 59-20

falkenstein@dome-schloesser.de

www.burg-falkenstein-harz.de

www.dome-schloesser.de

Platz für Anfahrtsplan etc.

Ort an der Straße der Romanik

Der primäre Farbton der Titelseite, wird auf der Rückseite fortgesetzt.

Alle Daten, wie Öffnungszeiten und Adressen werden hier untergebracht.

— Öffnungszeiten

— Hinweis auf die Stiftung

— Adresse

— Internetseite der Stiftung
Dome und Schlösser in Sachsen-Anhalt

— Lageplan, Anfahrtsskizze

— wichtige Hinweise, Zusatzvermerke
(kann auch als Sponsorenleiste verwendet werden)

Die frei gestaltbaren Innenseiten sollten sich an den Layoutlinien orientieren. Die Layoutlinien sind z.B. Begrenzung für Textfelder, Bildkanten oder Farbflächen. Bilder und Farbflächen können auch nach allen Seiten über den Rand hinaus laufen.

