

# Design Manual

Stand Februar 2012

# Der Inhalt

Die Positionierung	2
Das Logo	3
Logoeinsatz Dachkommunikation	4-7
Logoeinsatz Online	8
Unerlaubte Anwendungen	9
Logoeinsatz bei Mitgliederkommunikation, Gastgeberverzeichnisse	10-13
Logoeinsatz bei Mitgliederkommunikation, weitere Printmedien	14-17
Logoeinsatz bei Mitgliederkommunikation, Online Auftritte	18



## Die Positionierung

Die Nordsee ist die bekannteste Tourismus-Destination in Deutschland. Jeder kennt sie und einige ihrer reizvollen Facetten. Gerade weil viele Menschen heute auch den milden Süden selbst erlebt haben, wird die Nordsee leicht als rauh und unwirtlich eingeschätzt.

So ist die Nordsee eine attraktive Destination in der warmen Jahreszeit, insbesondere in den Ferien. Hier gibt es oft Kapazitätsprobleme. In der übrigen Jahreszeit kommen dagegen weit weniger Besucher. Das größte Entwicklungspotenzial für den Nordsee-Tourismus liegt deshalb in der Zwischen- und Nebensaison. Dafür wurde eine zielführende Positionierung gefunden.

Das ganze Jahr über bietet die Nordsee frische, mit Aerosolen angereicherte Luft, ihr berühmtes Reizklima. Man kann es auch bei kaltem und schlechtem Wetter auf vielfältige Weise genießen: bei einer Thalasso-Behandlung, in gemütlichen Unterkünften bei guter Verpflegung, auf Spaziergängen am Meer. So spricht die Nordsee gerade die stressgeplagten Städter an, die immer auf der Suche nach einer kleinen Auszeit sind. An der Nordsee gewinnt man seine Abwehrkräfte, seine Leistungsfähigkeit und seine innere Ruhe zurück. Das bringen wir auf ein Wort:

# *Durchatmen*

## Das Logo

Das Logo ist das am häufigsten eingesetzte Design-Element. Es soll schnell für die Marke stehen und alles abrufen, was man in Verbindung mit der Nordsee erinnert. Auf schmückendes Beiwerk wird verzichtet, damit das Logo prägnant ist, sich in komplexen Umfeldern gut trennt und somit schnell erinnert werden kann.

Der Positionierung folgend ist das Logo leicht und weitgehend zeitlos. Die wehende Fahne bildet eine gedankliche Brücke zum Positionierungswort „Durchatmen.“ Zur Verwendung in elektronischen Medien gibt es auch eine bewegte Version.

Die Logofarben sind weiß oder blau:

**RGB: R-35 G-109 B-176**  
**CMYK: C-84 M-54-Y-1 K-0**  
**Pantone: Pantone 660C**

Ein weißes Logo wird immer dann eingesetzt, wenn die Farbe Blau ungeeignet ist.

In der Schwarz-Weiß-Darstellung ist das Logo weiß oder schwarz.



## Logoeinsatz Dachkommunikation

Die Nordsee bildet das Dach für eine Reihe von Mitgliedsunternehmen. Ein Dach befindet sich üblicherweise oben und gleiches gilt auch für unser Logo. Dafür sprechen weitere Gründe:  
Bei vielen Anwendungen ist der untere Bereich des Layouts schlechter zu erkennen. Europäer lesen grundsätzlich von oben links nach rechts unten. Das Element, das die Aufmerksamkeit als erstes wecken soll, gehört nach oben links. Hier findet sich in der Regel der Bildeinstieg, die Headline oder beides. Diesen Platz hält das Logo frei.

Mit dem Positionierungswort „Durchatmen.“ lenken wir das Augenmerk auf die Nordseeluft, da man diese bei jedem Wetter genießen kann.

Es gilt also:

### **Das Logo steht oben rechts.**

Links neben dem Logo sollen außer dem Hintergrund keine Gestaltungselemente stehen.

Das Logo steht grundsätzlich waagrecht.  
Eine senkrecht wehende Fahne ergibt keinen Sinn.

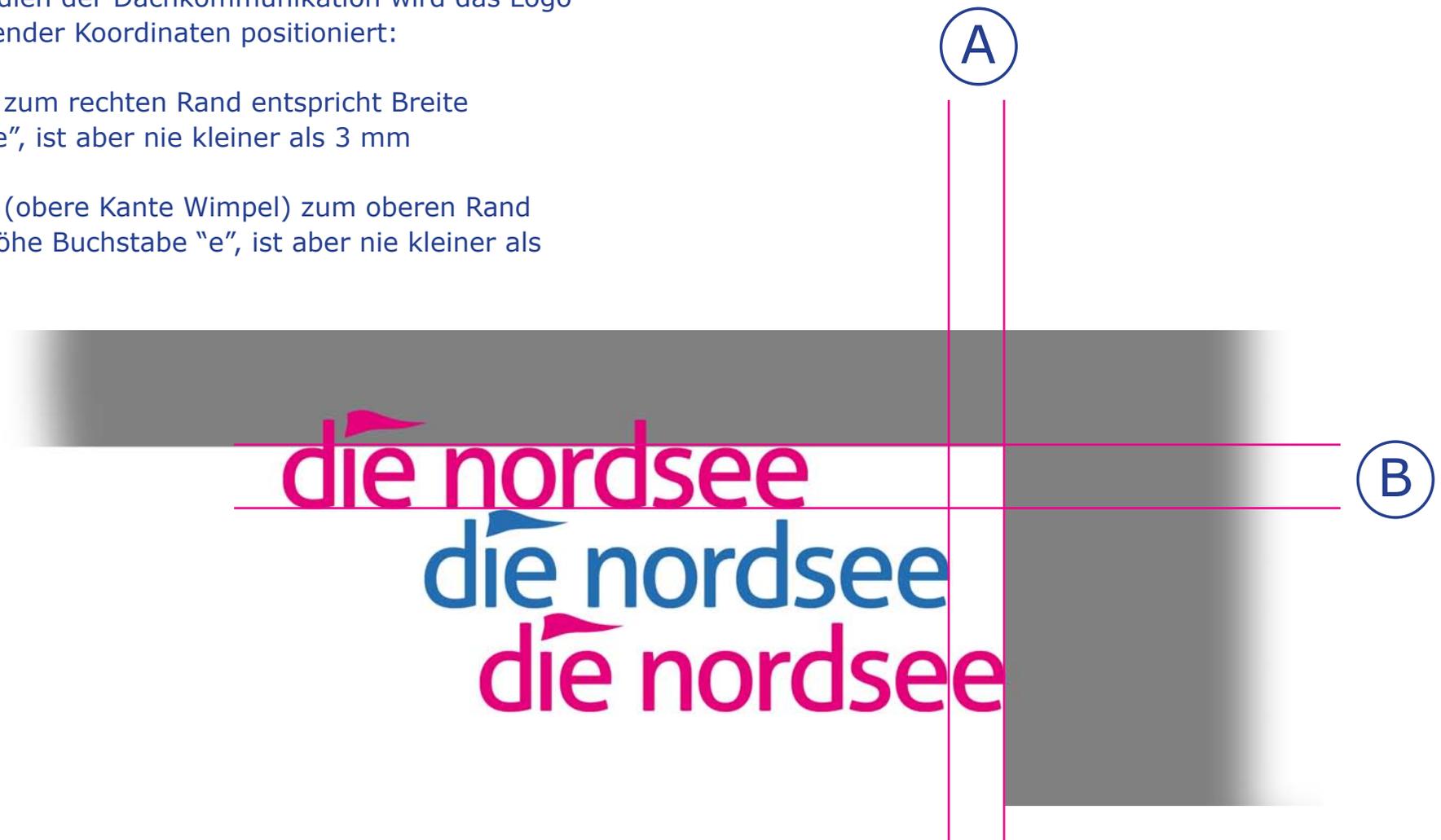


## Die Positionierung des Logos

Auf allen Medien der Dachkommunikation wird das Logo anhand folgender Koordinaten positioniert:

A – Abstand zum rechten Rand entspricht Breite Buchstabe "e", ist aber nie kleiner als 3 mm

B – Abstand (obere Kante Wimpel) zum oberen Rand entspricht Höhe Buchstabe "e", ist aber nie kleiner als 4 mm



# Die Nordsee Dachkommunikation

Auf allen Medien der Dachkommunikation wird das Logo anhand folgender Koordinaten positioniert:

A – Die Position des Logos erfolgt entsprechend der Angaben auf Seite 5

B – Headline. Font Thesis Sans Italic, linksbündig oder zentriert, VH variabel, Laufweite 0, ZA automatisch

C – Hintergrundmotiv. In den entsprechenden Bereichen so modifiziert, dass die Lesbarkeit der Typografie gewährleistet ist

D – Copy. Font Thesis Sans Plain, VH variabel, rechtsbündig, (bei längeren Texten linksbündig, aber rechts geankert), von unten aufbauend, Laufweite 0, ZA automatisch

Die Typo druckt in folgenden Farben:

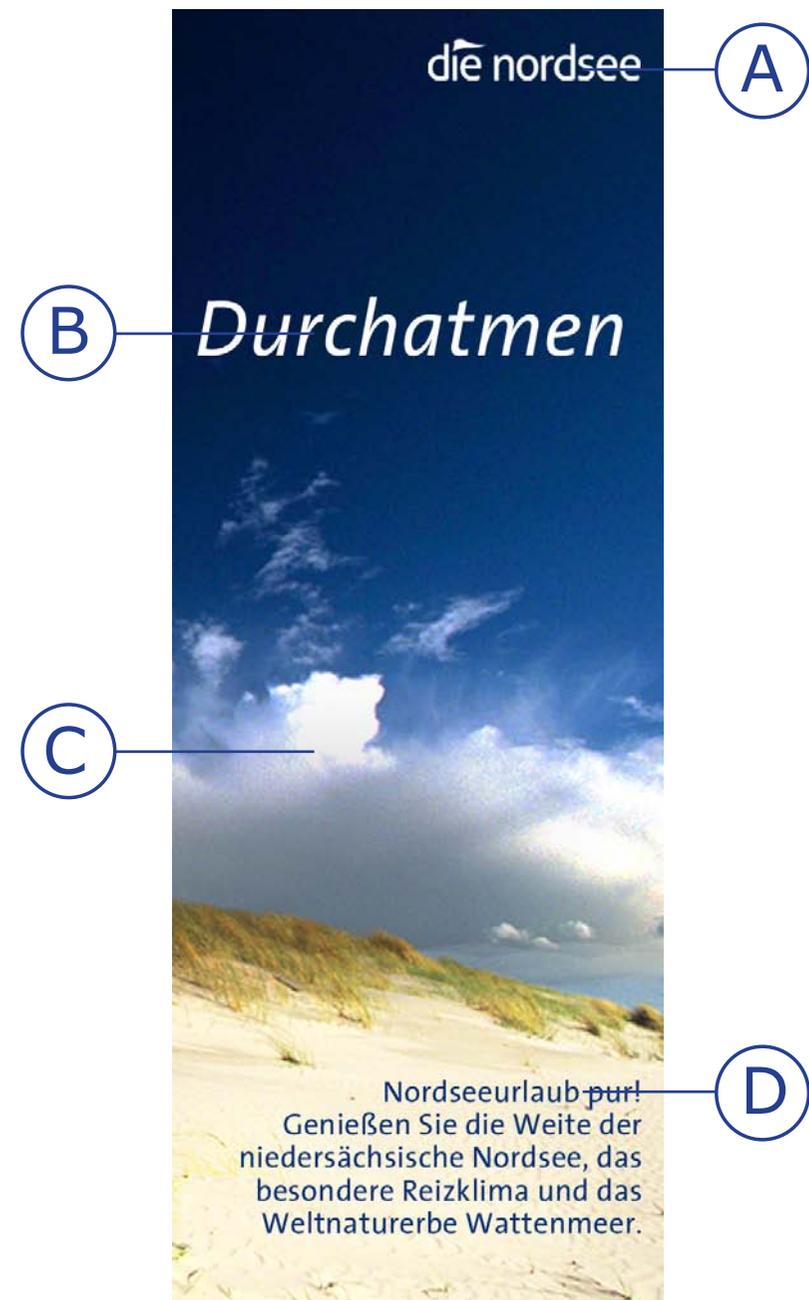
Nordsee-Blau: **RGB:** R-35 G-109 B-176

**CMYK:** C-84 M-54-Y-1 K-0 **Pantone:** Pantone 660C

Schwarz: **RGB:** R-26 G-23 B-27 **CMYK:** C-0 M-0-Y-0 K-100

**Pantone:** Pantone 426C

Weiß: **RGB:** R-255 G-255 B-255 **CMYK:** C-0 M-0-Y-0 K-0



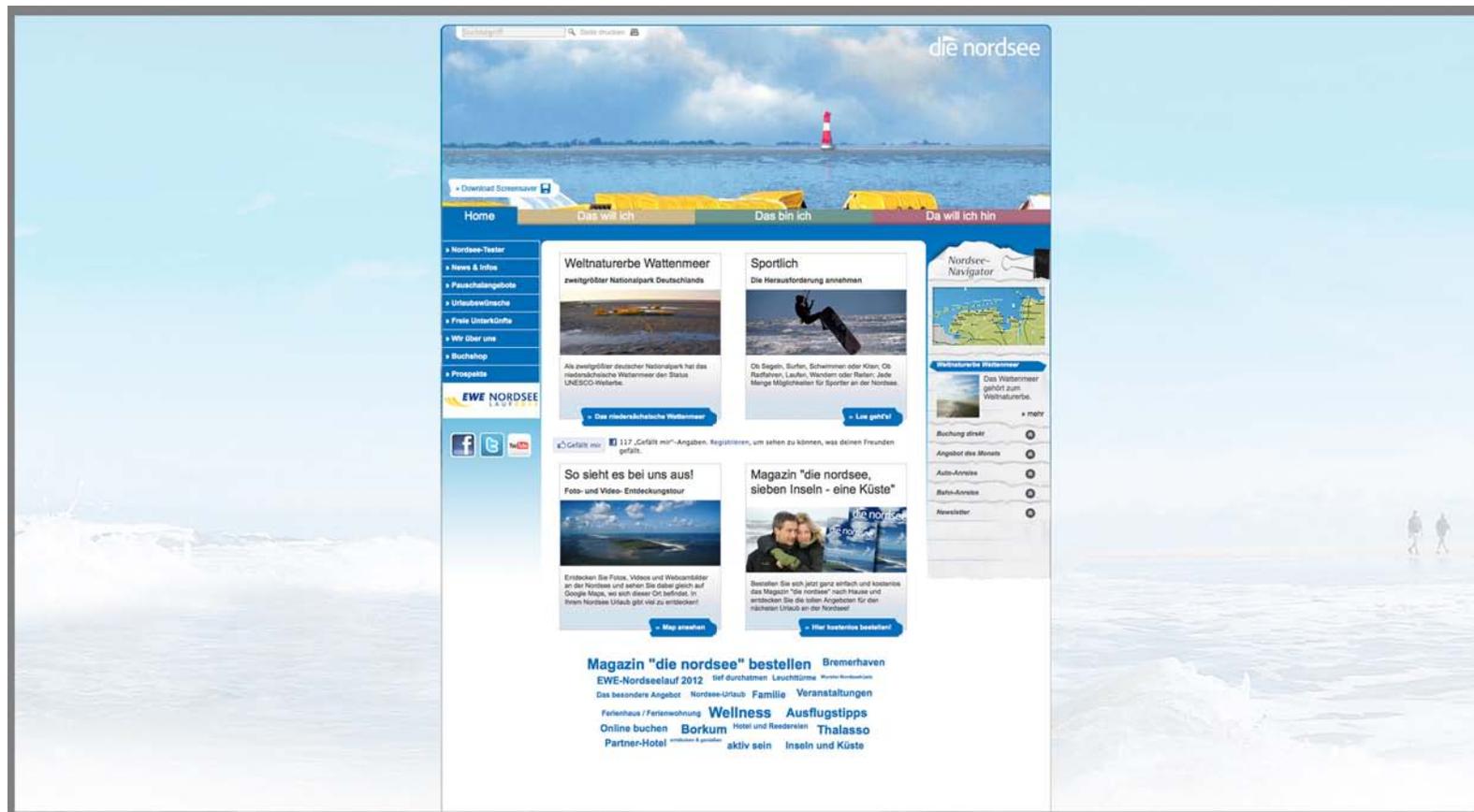
## Beispiele Nordsee Dachkommunikation



# Das Logo im Online Einsatz

Im Internet steht das Logo im oberen rechten Header-Bereich. Auch im Web entspricht die Position den Angaben auf Seite 5.

Zur Anwendung kommt hier ein animiertes GIF.



## Unerlaubte Anwendungen

### Größe:

Das Logo darf nicht kleiner als 1 cm Breite gedruckt werden.

### Form:

Das Logo darf nicht verzerrt werden.

### Farbe:

Das Logo darf nicht in anderen Farben als dem definierten Blau oder Weiß gedruckt werden.

### Geeigneter Hintergrund:

Das Logo sollte sich immer deutlich vom Hintergrund trennen.

Es ist auf Farbkontrast zu achten.

Unruhige Hintergründe müssen beruhigt werden, z.B. durch (Transparent-)überleger oder Bildbearbeitung.

FALSCH



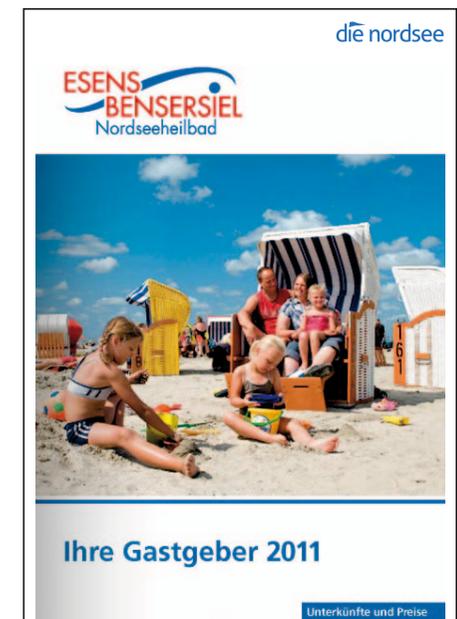
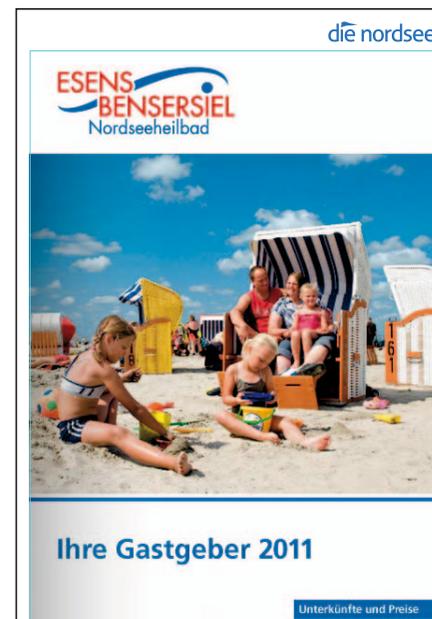
# Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, Gastgeberverzeichnis

Treten die Mitglieder gemeinsam mit gleichartigen Kommunikationsmitteln auf, z. B. mit Gastgeberverzeichnissen, soll der Familienverbund schnell und deutlich sichtbar werden.

Dafür wurde für die Gastgeberverzeichnisse ein weißer, torförmiger Rahmen mit definierter Position des Logos entwickelt.

Der torförmige Rahmen kann bei Bedarf mit einer Linie umrandet werden. Die Linie druckt Nordsee-Blau in einer Stärke von 1 pt bei einem A4 Endformat. Bei größeren Medien ändert sich die Stärke der Outlinie proportional zum Endformat.

Die Position des Logos erfolgt entsprechend der Angaben auf Seite 5 immer rechts oben.



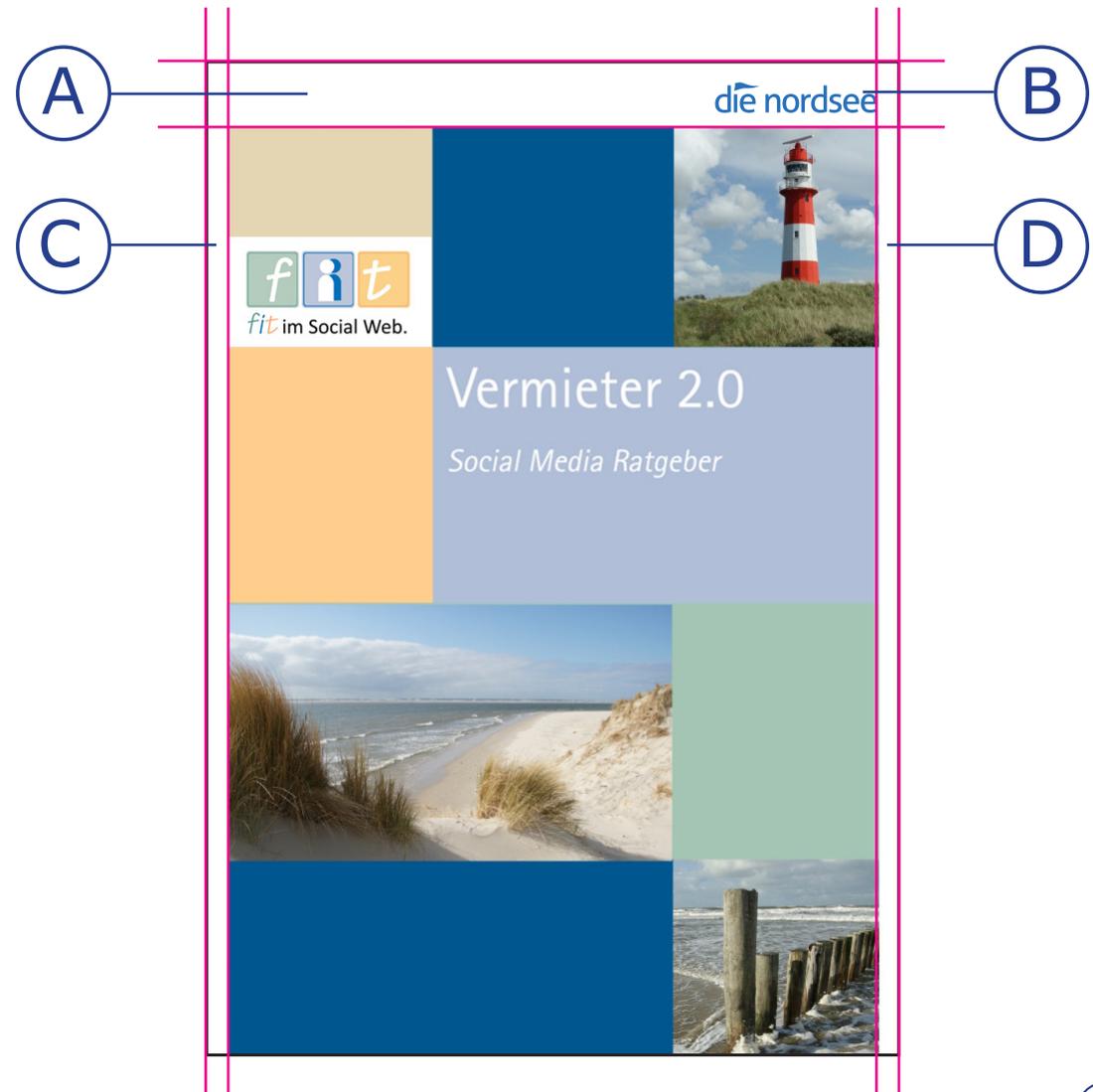
## Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, Gastgeberverzeichnis A5

Beim Beispiel-Format A5 baut sich der weiße torförmige Rahmen wie folgt auf:

A – Die Höhe des oberen torförmigen Rahmens beträgt 15 mm

B – Die Breite des Logos beträgt 40 mm. Das Logo ist rechtsbündig am seitlichen rechten Rahmen positioniert

C und D – Die äußere Breite des torförmigen Rahmens beträgt (jeweils) 4,5 mm



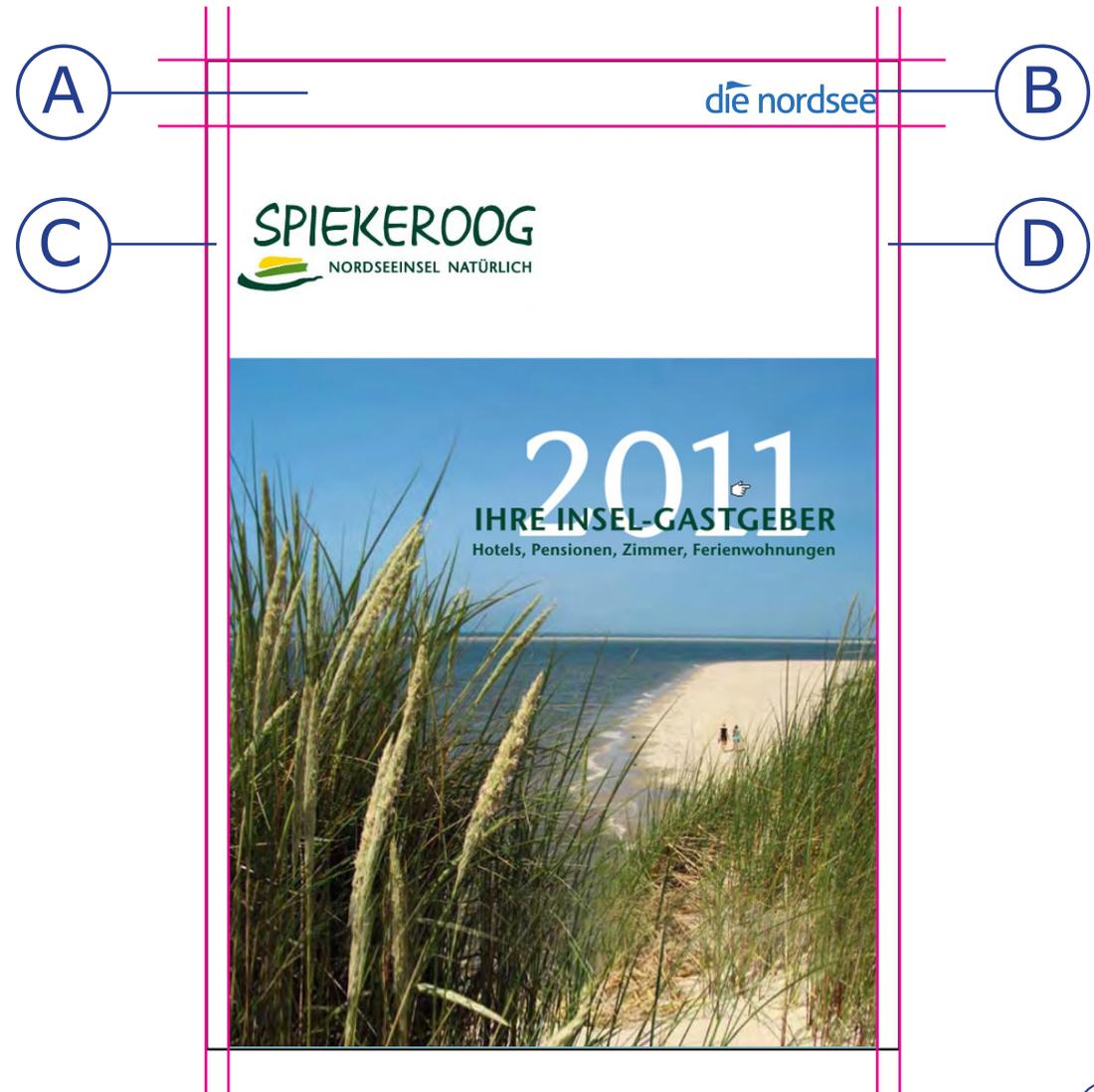
## Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, Gastgeberverzeichnis A4

Beim Beispiel-Format A4 baut sich der weiße torförmige Rahmen wie folgt auf:

A – Die Höhe des oberen torförmigen Rahmens beträgt 20 mm

B – Die Breite des Logos beträgt 57 mm. Das Logo ist rechtsbündig am seitlichen rechten Rahmen positioniert

C und D – Die äußere Breite des torförmigen Rahmens beträgt (jeweils) 6 mm



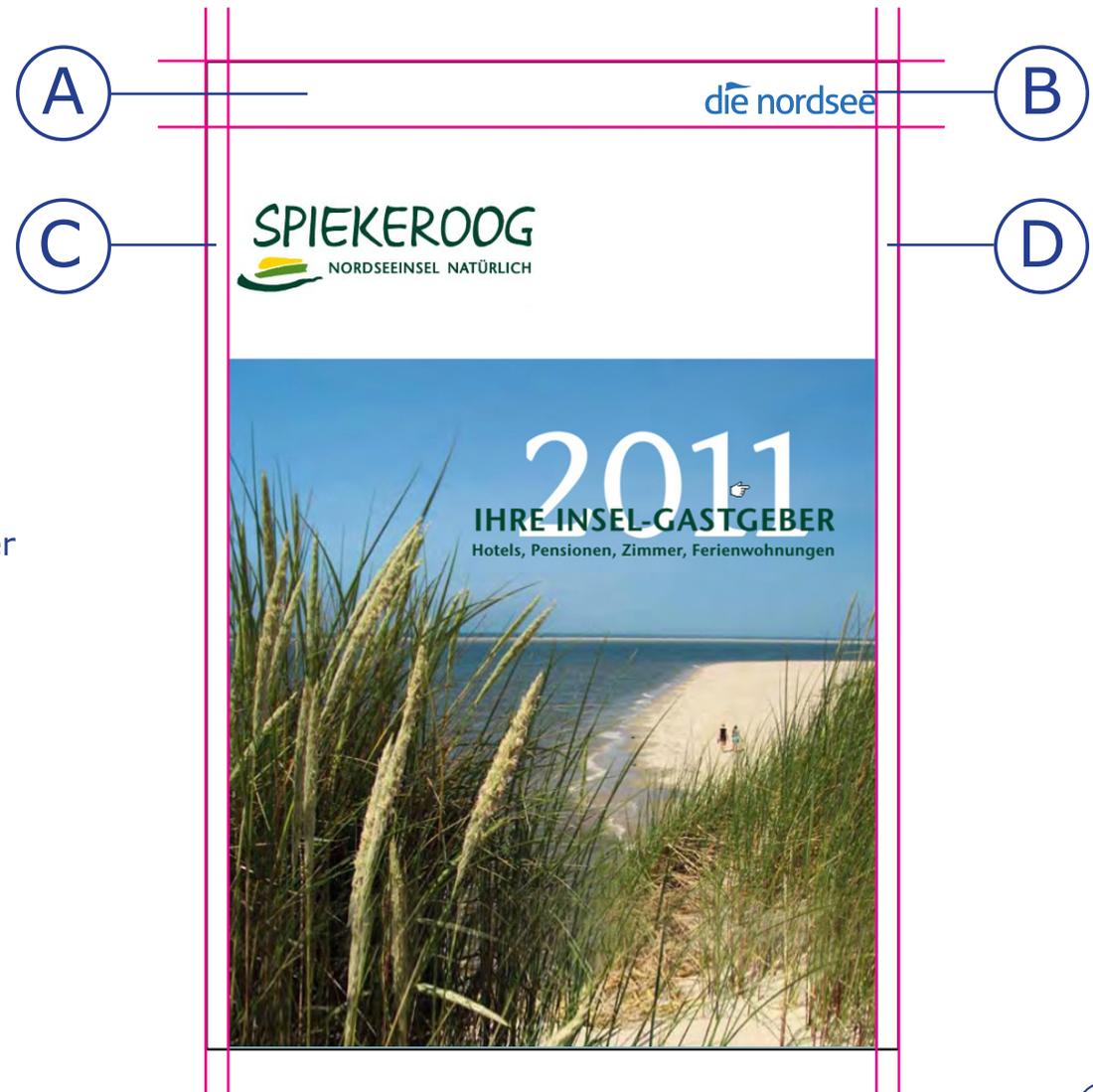
## Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, Gastgeberverzeichnis, übrige Formate

Bei abweichenden Formaten baut sich der weiße torförmige Rahmen anhand folgender Koordinaten auf:

A – Die Höhe des oberen torförmigen Rahmens entspricht gerundet 6,9 % der Höhe des Mediums, ist aber nicht kleiner als 14,5 mm

B – Die Position des Logos erfolgt entsprechend der Angaben auf Seite 5, das Logo ist nie kleiner als 10 mm in der Breite

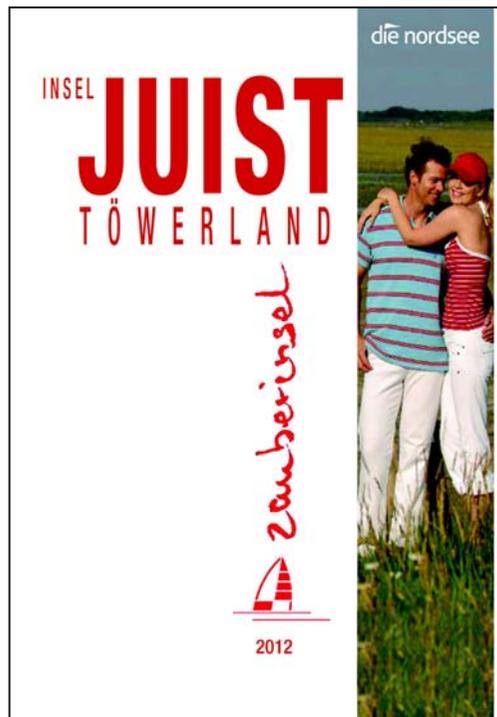
C und D – Die äußere Breite des torförmigen Rahmens entspricht gerundet 3 % der Breite des Mediums, ist aber nicht kleiner als 4 mm



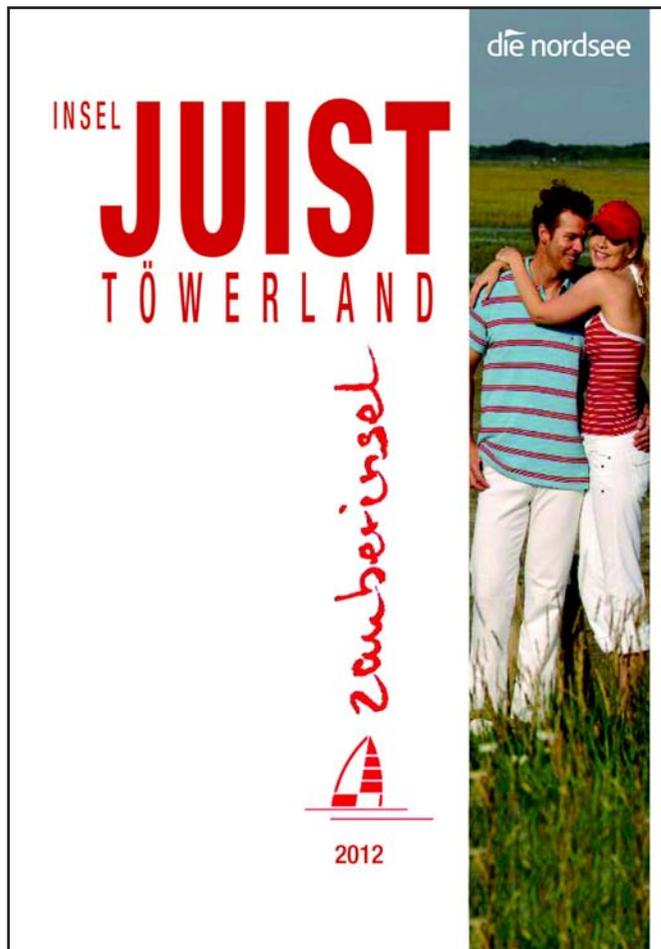
## Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, weitere Printmedien

Bei individuellen Kommunikationsmitteln einzelner Mitglieder wird das Logo dort eingesetzt, wo es thematisch am sinnvollsten ist. Das Logo kann mit weißem Rahmen oder ohne weißen Rahmen auf den Titel der weiteren Printmedien gesetzt werden.

Die Position des Logos erfolgt entsprechend der Angaben auf Seite 5 immer rechts oben. Die Größe des Logos variiert von 10 mm Breite (minimale Größe) bis 82 mm Breite (Anwendung im A3 Format), entsprechend etwa 25% bis 30% der Format-Breite.



# Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, Beispiel Juist

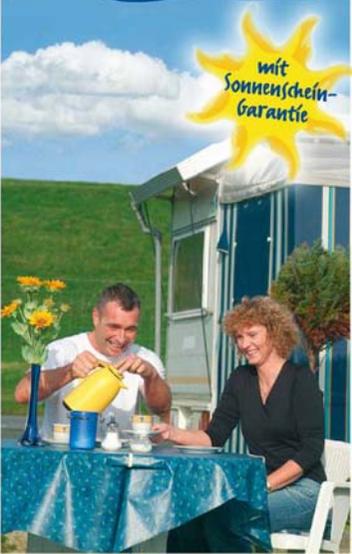


# Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, Beispiel Neuharlingersiel

die nordsee

**Nordsee-Camping**

mit  
Sonnenschein-  
Garantie



... ganzjährig genießen!

Neuharlingersiel

NEU  
HARLINGER  
SIEL  
Nordseeheilbad

die nordsee

**Nordsee-ServiceCard 2011**



... da steckt jetzt  
noch mehr drin!



Carollensiel-Harlesiel Dornum Esens-Bensersiel  
Krummhörn-Greetsiel Neuharlingersiel Norden-Norddeich  
Varel-Dangast Wangerland Werdum



## Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, Beispiel Norderney



# Logoeinsatz bei Mitglieder-Kommunikation, Online Auftritte

Das Nordsee Logo ist rechtsbündig mit dem Inhalt des Mitglieder Online Contents ausgerichtet. Das Logo wird als GIF (statisch oder animiert) zur Verfügung gestellt, die korrekten Abstände sind bereits integriert.

Um Raum für die Positionierung des Nordsee Logos zu schaffen, wird der bisherige Mitglieder Online Content um die im GIF definierten Werte nach unten gerückt.

