


Design-Handbuch MV-Tourismuswerbung 2004

1. MV-Wort- und -Bildmarke, Claim, Schriften, Farben
2. MV-Tourismuswerbung auf Landesebene
3. MV-Tourismuswerbung von Regionen und Städten
4. Erscheinungsbild Tourismusverband MV



*Design für  
Urlaubsträume*

Mecklenburg  
Vorpommern 

*MV tut gut.*

**1. MV-Wort- und -Bildmarke, Claim, Schriften, Farben**

1.1	Inhalt .....	2
1.2	MV-Logo mit Claim .....	3
1.3	MV-Logo mit Claim in Farbvarianten .....	4
1.4	Farben .....	5
1.5	Schriften .....	6
1.6	FontShop-Bestellformular .....	7
1.7	Impressum .....	8
1.8	Dateien zum Download .....	9

**2. MV-Tourismuswerbung auf Landesebene****3. MV-Tourismuswerbung von Regionen und Städten****4. Erscheinungsbild Tourismusverband MV**

## MV-Logo mit Claim

Zentraler Bestandteil des Corporate Designs ist die MV-Dachmarke. Als Kern des Erscheinungsbildes, als Essenz der Marken-Identität, als Aushängeschild des Landes verdient es unsere besondere Beachtung.

Die MV-Bildmarke ist zuallererst ein Abbild des Landes. Und zwar ein recht vieldeutiges. Manche sehen darin ein Raps-

feld und den Himmel, andere die Steilküste und das Meer oder einen Schilfgürtel an einem See, eine Welle mit Schaumkrone oder auch Berge und Täler.

Die freien Formen und die Farben geben dem Signet eine malerische, eine natürliche Anmutung. Sie machen das Zeichen offen und frei interpretierbar.

Das MV-Logo besteht aus der untrennbaren Kombination von Wort- und Bildmarke. Positionierung und Größenverhältnis, Typografie und Farbe sind fest definiert. Der Claim »MV tut gut« findet rechtsbündig unter dem Logo Anwendung. Sein Stand ist fest definiert. Die gesamte Kombination darf nicht verändert werden.



Zur eindeutigen Abbildung der Dachmarke muss ein definierter Raum frei von allen anderen Gestaltungselementen bleiben. Die Größe der Abbildung ist für die wichtigsten Formate auf Seite 25 definiert.



Zur Abbildung von MV-Logo [A] (Wort- und Bildmarke) und Claim [B] benötigen Sie zwei Dateien. Diese liegen zum Download beim Herausgeber vor. Sie sind in der Standardvariante für A4-Titel in 100% angelegt.

**A** MV-Logo

**B** Claim



## MV-Logo mit Claim in Farbvarianten

**Achtung:** Die hier dargestellten Anwendungsregeln von MV-Logo und Claim sind ein Auszug aus der Richtlinie zum Design der Dachmarke Mecklenburg-Vorpommern. Für weiterreichende Anwendungen ist sie gegebenenfalls bei der Landesregierung anzufordern.

Seine größte Wirkung entfaltet das MV-Logo selbstverständlich in der mehrfarbigen Standard-Variante. Durch den hohen Formkontrast erreichen jedoch auch die einfarbigen Varianten eine beachtliche Prägnanz.

Auch die Anwendung auf hellen, dunklen und unruhigen Hintergründen sind auf denkbar einfache Art mit guten Ergebnissen zu erzielen.

Die unten definierten Umsetzungen lassen sich in allen gebräuchlichen Reproduktions- und Druckverfahren einfach realisieren.

### Vollfarbig auf weißem Grund

MV\_1\_1

<b>Bildmarke</b>	Strich: Schwarz Elemente: farbig
<b>Wortmarke</b>	Schwarz
<b>Claim</b>	Dunkelblau: c 85 / m 40 / y 20 / k 0



### Graustufen auf weißem Grund

MV\_1\_2

<b>Bildmarke</b>	Strich: Schwarz Elemente: Halbtöne
<b>Wortmarke</b>	Schwarz
<b>Claim</b>	60% Schwarz



### Strichvariante auf weißem Grund

MV\_1\_3

<b>Bildmarke</b>	Strich: Schwarz Elemente: ausgespart
<b>Wortmarke</b>	Schwarz
<b>Claim</b>	Schwarz



### Vollfarbig auf farbigem Grund

MV\_1\_4

<b>Bildmarke</b>	Strich: Schwarz Elemente: farbig
<b>Wortmarke</b>	Weiß
<b>Claim</b>	25% der Hintergrundfarbe



### Strichvariante auf einfarbigem Grund

MV\_1\_5

<b>Bildmarke</b>	Strich: Weiß Elemente: ausgespart
<b>Wortmarke</b>	Weiß
<b>Claim</b>	Weiß



**Achtung:** Die Angaben in den Kästen weisen auf die entsprechenden Dateien zum Download hin.

## 1.4 | Farben

Farbe wird in der MV-Tourismus-Werbung als Mittel der Differenzierung und Abwechslung eingesetzt. Aus diesem Grund sind keine genau definierten Tonwerte festgelegt. Die Farbe soll vielmehr auf das jeweilige Thema und das Titelmotiv reagieren. Sie soll zudem die Unterscheidung von Jahreskatalogen unterstützen.

Grundsätzlich sind auf den dominanten Flächen der Broschürentitel, aber z. B. auch auf Plakaten und Messewänden kräftige, deckende, natürlich vorkommende Farben zu verwenden, die für die bekannten Attribute des Landes stehen.

Zum Beispiel dunkelrot wie Backstein oder blutrot wie Klatschmohn. Gelb und Orange wie Sonne und Wärme, aber auch wie blühender Raps. Lindgrün bis Dun-

kelgrün wie die üppige Natur. Tiefblau bis Stahlblau wie Wasser und Himmel. Erdige Töne finden sich in fruchtbaren Äckern und im kühlen Waldboden. Sandfarben knüpfen an Strände und Steilküsten an.

Die Farben sollen Attribute wie Beständigkeit, Bodenständigkeit, Zeitlosigkeit, Natürlichkeit, Klarheit, Reinheit und Glaubwürdigkeit unterstützen. Auf grelle und künstliche Farben soll daher verzichtet werden.



Sand



Holz



Lehm



Herbstlaub



Backstein



Klatschmohn



Ringelblume



Raps



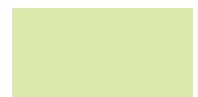
Moos



Linde



Knospe



Pfefferminze



Waldbeere



Kornblume



Meer



Himmel

Die MV-Tourismus-Werbung nutzt zwei Schrift-Familien, die zueinander im Kontrast stehen: die moderne, sachliche Myriad und die lyrische, emotionale Garamond Rough.

Als Brotschrift dient die Myriad regular. Sie überzeugt mit ihrer guten Lesbarkeit und einem gleichmäßigen Schriftbild. Für Hervorhebungen im Text sind aus-

schließlich die Schnitte bold, semibold und black zu verwenden. Auf Unterstreichungen oder Sperrungen ist zu verzichten. Ebenso auf Veränderungen durch Stauchung, Zerrung oder andere DTP-Effekte.

Die Garamond Rough wird für Auszeichnungen, Headlines, Symboliken und Initiale eingesetzt.

light	<h1>Myriad</h1> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789
regular	
semibold	
bold	
black	
condensed	
<i>bold italic</i>	<h1>Garamond Rough</h1> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz123456789

Vorzugsvariante  
 A Myriad  
 B Garamond Rough

Verwendung für	Schriftschnitte					
	light	regular	semibold	bold	black	condensed
Titelzeilen						•
Headlines				•	•	•
Dach- und Unterzeilen			•	•	•	
Texte		•				
Hervorhebungen im Text			•	•		
Paginierungen	•	•				
Bildtexte	•					
Tabellen	•	•				•
Initialen, Symboliken						•

Für die Darstellung von Texten ist eine Schriften-Software unentbehrlich.

Für die Darstellung des Claims und des MV-Schriftzuges stehen Download-dateien zur Verfügung. Wer also nur das Logo mit Claim abbilden will, braucht die Schriften-Software nicht.

Die Rechte an der Schriften-Software (für PC oder Mac) liegen nicht beim Tourismusverband MV. (Siehe Impressum Seite 8) Bestellung bei FontShop Seite 7.



**Copyright**

Urheber des **Corporate Designs für die MV-Tourismus-Werbung** ist die Rostocker Agentur WERK3. Sämtliche Nutzungsrechte befinden sich uneingeschränkt und ausschließlich im Besitz des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Der Verband hat jedoch ein ausgesprochenes Interesse an einer Nutzung durch möglichst viele Verbände, Vereine, Kommunen und Unternehmen des Landes. Voraussetzung für die Anwendung ist eine Genehmigung durch den Tourismusverband und eine unverfälschte Abbildung nach diesen Richtlinien. In diesem Fall ist die Nutzung kostenfrei. Die hier dargestellten Fotos sind in diese Rechte nicht eingeschlossen.

Urheber des farbigen **MV-Bildzeichens und des Claims »MV tut gut«** ist ebenfalls WERK3. Die hier dargestellten Anwendungsregeln beider Elemente sind jedoch ein Auszug aus der Richtlinie zum Design der Dachmarke Mecklenburg-Vorpommern. Sämtliche Nutzungsrechte befinden sich uneingeschränkt und ausschließlich im Besitz der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern.

Voraussetzung für die Anwendung im Rahmen der hier dargestellten MV-Tourismus-Werbung ist eine Genehmigung durch den Tourismusverband und eine unverfälschte Abbildung nach diesen Richtlinien. In diesem Fall ist die Nutzung kostenfrei.

**Die Nutzungsrechte für die verwendete Schriftensoftware** liegen nicht beim Herausgeber oder den Agenturen. Die Myriad bietet z.B. FontShop Germany zum sofortigen Download an. Die ITC Garamond Rough ist nur bei APPLY DESIGN GROUP (Hannover) zu beziehen.

FontShop Germany  
Bergmannstraße 102  
10961 Berlin  
fon (030) 6 95 96 0  
fax (030) 6 92 88 65  
[www.fontshop.de](http://www.fontshop.de)

APPLY DESIGN GROUP  
Limmerstr. 45  
30451 Hannover  
Deutschland  
fon (0511) 485 02 90  
fax (0511) 485 02 99  
[www.apply.de](http://www.apply.de)

**Herausgeber**

Tourismusverband  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.  
Platz der Freundschaft 1  
18059 Rostock  
fon (0381) 40 30-600, fax -555  
[www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de)  
[marketing@auf-nach-mv.de](mailto:marketing@auf-nach-mv.de)

**Idee, Konzept, Gestaltung,  
Fotos und Realisierung des Manuals**

WERK3 - Agentur für Werbung und PR  
Rostock | [www.WERK3.de](http://www.WERK3.de)

**Achtung:** Die Logodateien sind für Anwendungen bis A4 geeignet. Größere Dateien bitte beim Herausgeber extra anfordern.

### 1. MV-Wort- und -Bildmarke, Claim, Schriften, Farben [MV\_1\_Teil]

Element / Dateiname	Variante	Format	Dateigröße
1.1 MV-Logo vollfarbig auf weißem Grund MV-Logo/Claim		[MV_1_1]	(Ordner)
	cmyk	ai	36 KB
	cmyk	eps	284 KB
	cmyk	tif	672 KB
	rgb	jpg	84 KB
1.2 MV-Logo Graustufen auf weißem Grund		[MV_1_2]	(Ordner)
1.3 MV-Logo Strichvariante auf weißem Grund		[MV_1_3]	(Ordner)
1.4 MV-Logo vollfarbig auf farbigem Grund		[MV_1_4]	(Ordner)
1.5 MV-Logo Strichvariante auf einfarbigem Grund		[MV_1_5]	(Ordner)
1.6 FontShop Bestellformular		[MV_Bestellformular.pdf]	

Design-Handbuch MV-Tourismuswerbung 2004

1. MV-Wort- und -Bildmarke, Logo, Schriften, Farben
2. MV-Tourismuswerbung auf Landesebene
3. MV-Tourismuswerbung von Regionen und Städten
4. Erscheinungsbild Tourismusverband MV



*Design für  
Urlaubsträume*

Mecklenburg  
Vorpommern 

*MV tut gut.*

## 2.1 | Inhalt

<b>1.</b>	<b>MV-Wort- und -Bildmarke, Claim, Schriften, Farben</b>	
<b>2.</b>	<b>MV-Tourismuswerbung auf Landesebene</b>	
2.1	Inhalt .....	11
2.2	A4 Titel .....	12
2.3	A4 Umschlag .....	15
2.4	A4 Inhaltsverzeichnis .....	17
2.5	DIN-lang Titel .....	19
2.6	DIN-lang Umschlag .....	21
2.7	DIN-lang Inhaltsverzeichnis .....	23
2.8	MV-Logo auf weiteren Formaten .....	25
2.9	Impressum .....	26
2.10	Dateien zum Download .....	27
<b>3.</b>	<b>MV-Tourismuswerbung von Regionen und Städten</b>	
<b>4.</b>	<b>Erscheinungsbild Tourismusverband MV</b>	

## 2.2 | A4 Titel

Die Titel-Seiten folgen einem Standard mit vier Elementen:

1. Je zwei übereinanderliegende, verschiedenfarbige **Flächen mit Risskante** begrenzen das Format oben und unten. Durch ihre feststehende Form gewährleisten sie die Zuordnung der einzelnen Prospekte zur Reihe. Die Farbe unterscheidet sie voneinander. Bei der Farbgebung ist auf die bereits vorliegenden Bro-

schüren der Reihe, auf das Thema des Prospektes und auf das Foto Rücksicht zu nehmen.

2. Das **Titel-Foto** fungiert als Blickfang. Ungewöhnliche Perspektiven reißen den Betrachter mit. Sie geben ihm das Gefühl, dass er mitten im Bild steht. Das Titelmotiv ist »unteilbar«. Es darf nur aus einem Bild oder aus einer Collage bestehen. ☒

- MV\_2\_1\_1 Musterseite / Vorlage
- A MV\_2\_1\_2 Riss 1
- B MV\_2\_1\_3 Riss 2
- C - Bildfläche
- D MV\_2\_1\_4 Riss 3
- E MV\_2\_1\_5 Riss 4
- F Button (max. 25 x 80 mm) mit abgerundeten Ecken und weißer Outline
- G Titelzeile (max. zweizeilig) Garamond Rough bold italic 25 bis 70 pt weiß / farbig
- H Unterzeile (max. zweizeilig) Myriad regular 12 bis 20 pt weiß / farbig

**Achtung:** Die Risse sind ausschließlich aus den vorliegenden Dateien zu verwenden.



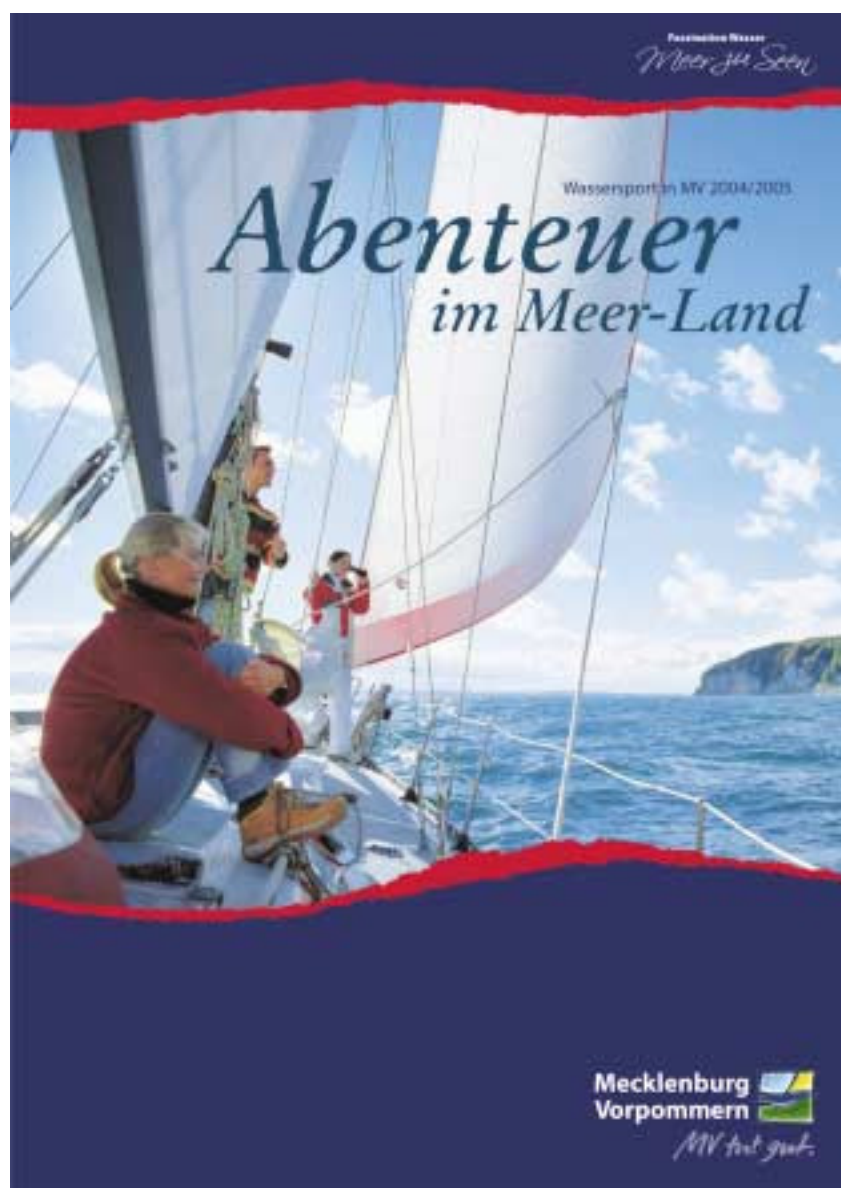
Das Basislayout der Titelseite A4 liegt als QuarkXPress-Datei zum Download beim Herausgeber vor.

Aktionslogo  
(zum Beispiel zum Jahresthema)

3. Auf dem Titel stehen maximal **zwei Titelzeilen sowie maximal eine Dachzeile oder zwei Unterzeilen**. Stand, Größe und Farbe sind variabel und nehmen auf das Bild Rücksicht. Wenn die Schrift weiß erscheint, muss der Untergrund dafür hinreichend kontrastreich sein. Andernfalls ist der Kontrast durch einen Schatten zu erzeugen. Schwarz ist als Schriftfarbe zu vermeiden. Für die Titelzeile wird die Garamond Rough bold italic verwendet.

Die Dach- oder Unterzeile erscheint in Myriad regular und mindestens 12 pt.

4. **Im Fuß steht die MV-Dachmarke** an immer der selben Stelle. Dafür sind das vorgegebene Raster sowie die Regel zur Darstellung auf farbigen Gründen zu beachten.



#### MV-Logo und Claim

Vollfarbig auf farbigem Grund

MV\_1\_4

Bildmarke Strich: Schwarz  
Elemente: farbig

Wortmarke Weiß

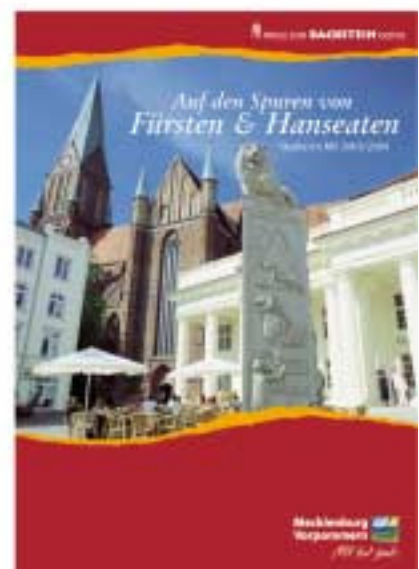
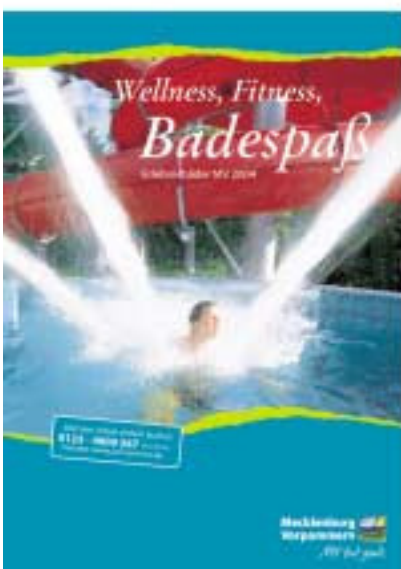
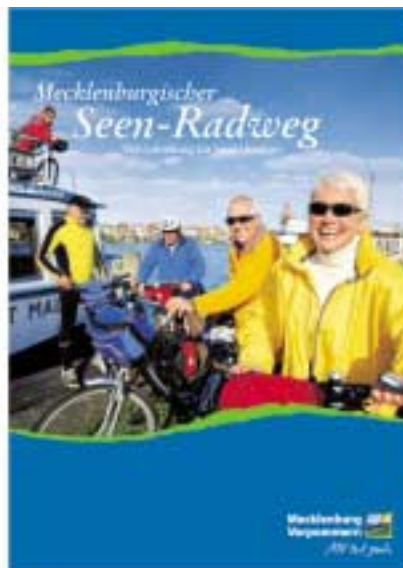
Claim 25% der Hintergrundfarbe

## A4 Titel

☒ Die Titel machen Werbung für die Destination Mecklenburg-Vorpommern - völlig unabhängig von den womöglich sehr unterschiedlichen Herausgebern. Auf den Titelseiten sollen daher grundsätzlich nur das MV-Logo und in Ausnahmefällen ein Aktionslogo zu einem thematischen Schwerpunkt erscheinen. Alle Absender, Herausgeber, Partner und För-

derer sind in der Broschüre auf den Seiten 2 und 3 abzubilden.

In Ausnahmefällen kann im unteren Bereich ein Button mit wichtigen Informationen auf dem Titel aufgeblendet werden. Er darf dafür ausschließlich eine der beiden Rissfarben verwenden.



## A4 Umschlag

Die Umschläge der Broschüren weisen immer die gleiche Struktur auf. So nutzen wir gezielt Lesergewohnheiten. Generell haben die Umschläge sechs Seiten, wobei die beiden Farben des Titels Verwendung finden.

Vakant ist lediglich die Rückseite [6]. Sie ist entweder mit einem Farbfond in der Umschlagfarbe zu drucken oder z. B. mit einer Anzeige (im Satzspiegel) zu versehen.

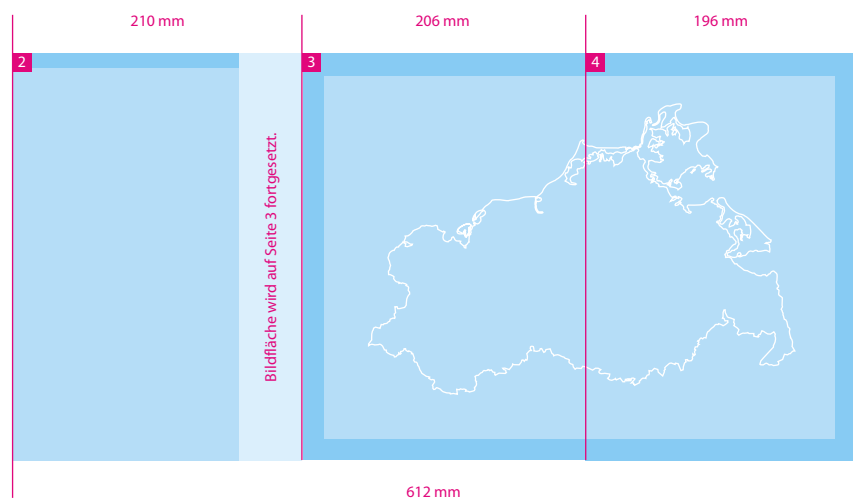
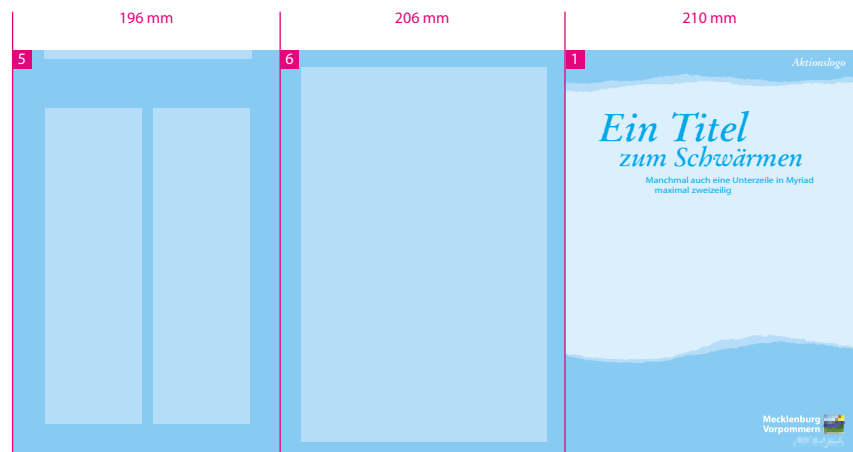
Auf der Außenklappe [5] stehen üblicherweise zum Thema passende Ansprechpartner. Auf der U2 [2] steht in einem ein- oder zweispaltigen Farb-Streifen unten immer das Impressum und oben das ver-

bale Inhaltsverzeichnis. Es kann durch Bilder, Übersichtskarten, Texte und Ortsregister ergänzt werden. Die Broschüre kann hier aber auch mit einer Einleitung oder einem Vorwort beginnen. Auch Anzeigen können hier stehen. Die U2 [2] ist immer im Zusammenhang mit der Seite 3 der Broschüre zu gestalten.

In der Umschlagklappe [3/4] befindet sich eine MV-Karte mit Raster und Legende.

Damit beim Endbeschnitt nicht die Klappe abgeschnitten wird, sind die Seiten in den unten aufgeführten Maßen auszuführen.

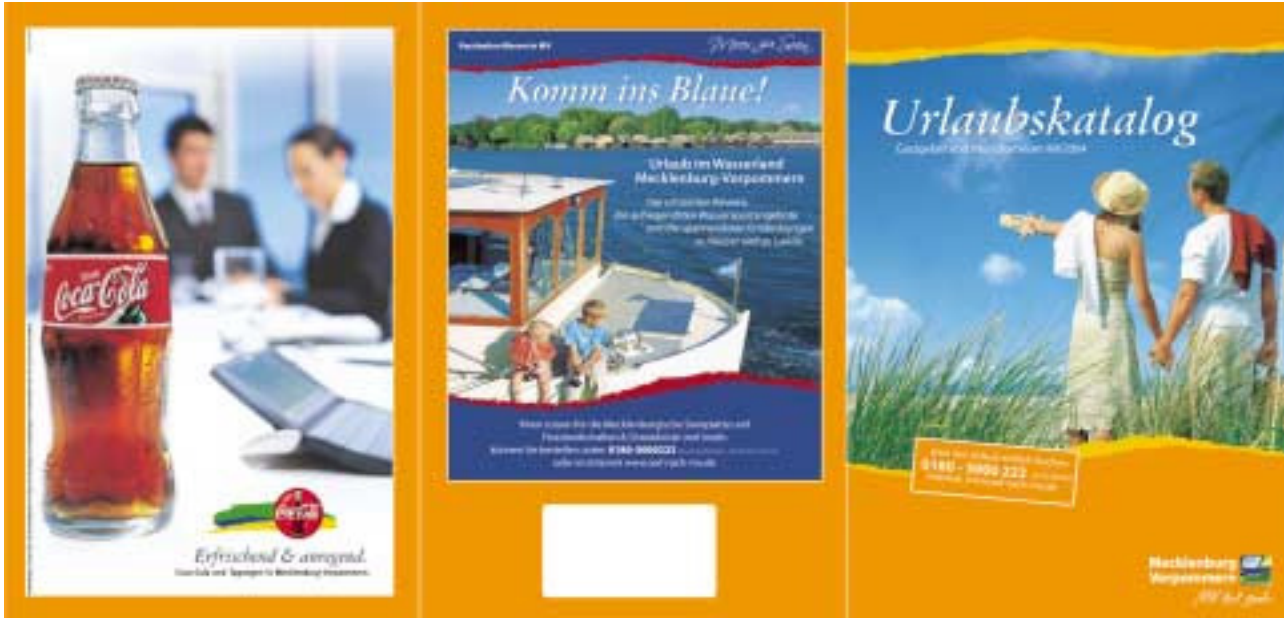
- 1 Titel**  
U1
- 2 Aufschlagseite**  
U2 mit Inhaltsverzeichnis
- 3/4 Umschlagklappe**  
MV-Karte mit Raster und Legende
- 5 Außenklappe**  
Ansprechpartner oder Anzeige im Satzspiegel
- 6 Rückseite**  
Anzeige im Satzspiegel oder in Hintergrundfarbe zu bedrucken



**Achtung:** Die Risse sind ausschließlich aus den vorliegenden Dateien zu verwenden.

## 2.3 | A4 Umschlag

Umschlag außen



Umschlag innen



U2

Seite 3



- A** **Seitenkopf**  
Myriad regular 12 pt weiß
- B** **1. Schlagzeile**  
Myriad bold 9 pt farbig / schwarz
- C** **2. Schlagzeile**  
Myriad semibold 9 pt schwarz
- D** **Text**  
Myriad regular 9 pt schwarz
- E** **Impressum**  
Myriad semibold 7 pt schwarz  
Myriad regular 7 pt schwarz
- F** **Logoleiste**  
Herausgeber...  
Buchungen...  
Mit freundlicher Unterstützung...  
Gefördert von...
- G** **Bildnachweis**  
Hier wie in der gesamten Broschüre  
Myriad regular 4,7 pt schwarz gestürzt

10	80 mm	80 mm	
<p><b>A</b> Inhaltsverzeichnis</p> <p><b>B</b> Ideen für Ihren Urlaub</p> <p><b>C</b> Neues aus MV</p> <p><b>D</b> Unterkünfte</p> <p><b>E</b> Themen &amp; Ziele</p> <p><b>F</b> Ferienkalender</p> <p><b>G</b> Reiseempfehlungen</p> <p>Preisbeispiel und Klassifizierung der Beherberger</p> <p>Preistabellen</p> <p>Buchungs-Info</p> <p>Geschäftsbedingungen</p> <p>Buchungs-Fax</p> <p>Ortsregister</p> <p>Übersichtskarte MV in der Umschlagklappe</p>	<p>Willkommen in Mecklenburg-Vorpommern ..... 3</p> <p>Acht sanfte, schöne und aufregende Regionen ..... 10</p> <p><b>Ideen für Ihren Urlaub</b></p> <p>Faszination Wasser: Meer zu Seen ..... 12</p> <p>Wandern: Wunder am Wegesrand ..... 14</p> <p>Wellness: Energie aus der Natur ..... 15</p> <p>Golfen: Grün für die Seele ..... 15</p> <p>Radreisen: Paradies für Pedalritzer ..... 16</p> <p>Schlösser, Parks und Herrenhäuser: Märchenhaft romantisch ..... 16</p> <p>Reiten: Das Glück dieser Erde ..... 17</p> <p>Kunst und Kultur: Vorhang auf für Land und Leute ..... 18</p> <p>Städtereisen: Eine Reise durch die Zeit ..... 19</p> <p><b>Neues aus MV</b></p> <p><b>Veranstaltungen im Jahr 2004</b> ..... 26</p> <p><b>Unterkünfte</b></p> <p>Mecklenburgische Ostseeküste ..... 34</p> <p>Fischland-Darß-Zingst ..... 36</p> <p>Vorpommern ..... 40</p> <p>Insel Rügen ..... 43</p> <p>Insel Usedom ..... 50</p> <p>Mecklenburgische Seenplatte und Mecklenburgische Schweiz ..... 54</p> <p>Mecklenburg-Schwern ..... 63</p> <p><b>Themen &amp; Ziele</b></p> <p>Schlösser &amp; Herrenhäuser ..... 68</p> <p>Urlaub auf dem Wasser ..... 70</p> <p>Golfen ..... 73</p> <p>Wellness ..... 74</p> <p>Radreisen ..... 76</p> <p>Wandern ..... 79</p> <p>Städtereisen ..... 80</p> <p>Reiten ..... 81</p> <p>Events ..... 82</p> <p>Musikland MV ..... 84</p> <p><b>Ferienkalender</b> ..... 61</p> <p><b>Reiseempfehlungen</b> ..... 85</p> <p><b>Preisbeispiel und Klassifizierung der Beherberger</b> ..... 92</p> <p><b>Preistabellen</b> ..... 93</p> <p><b>Buchungs-Info</b></p> <p>Geschäftsbedingungen ..... 112</p> <p>Buchungs-Fax ..... 113</p> <p><b>Ortsregister</b> ..... 114</p> <p><b>Übersichtskarte MV in der Umschlagklappe</b> ..... 115</p>	<p><i>Liebe Gäste,</i></p> <p>in diesem Katalog präsentieren wir Ihnen Urlaubsangebote aus ganz Mecklenburg-Vorpommern. Ob Hotel, Ferienwohnung oder attraktive Pauschalreise - unser <b>Buchungsservice tour.bu</b> berät Sie gern zu allen Offerten und bucht Ihre Reise sofort. Sie erreichen unsere kompetenten Berater Montag bis <b>D</b>itag von 9:00 bis 20:00 Uhr und Samstag von 9:00 bis 13:00 Uhr unter 0180 5000 223 (0,12 €/min).</p> <p>Gern informieren Sie ortskundige Ansprechpartner auch über Rahmenprogramme und Anreisemöglichkeiten. Die Vermittlung von Veranstaltungskarten, Fahrtickets und Mietwagen gehört ebenfalls zu unserem Reise-Service.</p> <p>Viele weitere Informationen und Angebote für Ihren Urlaub finden Sie stets aktuell aber auch unter <a href="http://www.auf-nach-mv.de">www.auf-nach-mv.de</a>. Ihr Vorteil: Sie buchen online aus unserer umfangreichen Datenbank, mit sofortiger und verbindlicher Rückbestätigung und ohne Zusatzkosten.</p> <p>Wir freuen uns auf Ihren Anruf und natürlich auf Ihren Besuch. Herzliche Grüße aus Deutschlands schönem Norden sendet Ihnen</p> <p>Ihr Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern</p> <hr/> <p><b>Kataloge, Information &amp; Buchung</b> Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. Platz der Freundschaft 1 - 18059 Rostock <b>0180 5000 223</b> (0,12 €/min) fax (0381) 40 30-555 • <a href="mailto:info@auf-nach-mv.de">info@auf-nach-mv.de</a> <a href="http://www.auf-nach-mv.de">www.auf-nach-mv.de</a></p> <p>Alle Daten in diesem Verzeichnis wurden von der Redaktion nach bestem Wissen erstellt und sorgfältig überprüft. Sie entsprechen dem Stand der Drucklegung im (Monat) Jahr. Dennoch sind inhaltliche Fehler nicht vollständig auszuschließen. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben kann keine Haftung übernommen werden.</p> <p>Rostock, 8. Jahrgang 11/2005 - 190</p> <p><b>Herausgeber:</b> Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. Platz der Freundschaft 1, 18059 Rostock fon (0381) 40 30-500, fax -555, <a href="mailto:info@auf-nach-mv.de">info@auf-nach-mv.de</a></p> <p><b>Konzept und Gesamtherstellung:</b> WERK3.de <b>Karten:</b> WERK3.de / Karin Poser <b>Druck und Verarbeitung:</b> Musterdruckerei</p>	<p><b>G</b></p> <p>Radreisen  Infos Seite 16 - Angebote</p>
27 mm	80 mm	80 mm	3
<p><b>F</b></p> <p>Herausgeber: </p> <p>Buchungen: </p> <p>Mit freundlicher Unterstützung: </p> <p>Gefördert von: </p> <p>Mit freundlicher Unterstützung des Wirtschaftsministeriums Mecklenburg-Vorpommern. EU + Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung</p>			



## 2.5 | DIN-lang Titel

Bei den DIN-lang Titeln ist nach den gleichen Grundsätzen wie bei den A4 Titeln zu verfahren (Seiten 12 bis 14) - hier selbstverständlich mit anderen Maßen.

- MV\_2\_2\_1 Musterseite / Vorlage
- A MV\_2\_2\_2 Riss 5
- B MV\_2\_2\_3 Riss 6
- C - Bildfläche
- D MV\_2\_2\_4 Riss 7
- E MV\_2\_2\_5 Riss 8
- F Button (max. 25 x 80 mm) mit abgerundeten Ecken und weißer Outline
- G Titelzeile (max. zweizeilig) Garamond Rough bold italic 16 bis 45 pt weiß / farbig
- H Unterzeile (max. zweizeilig) Myriad regular 10 bis 14 pt weiß / farbig

**Achtung:** Die Risse sind ausschließlich aus den vorliegenden Dateien zu verwenden.

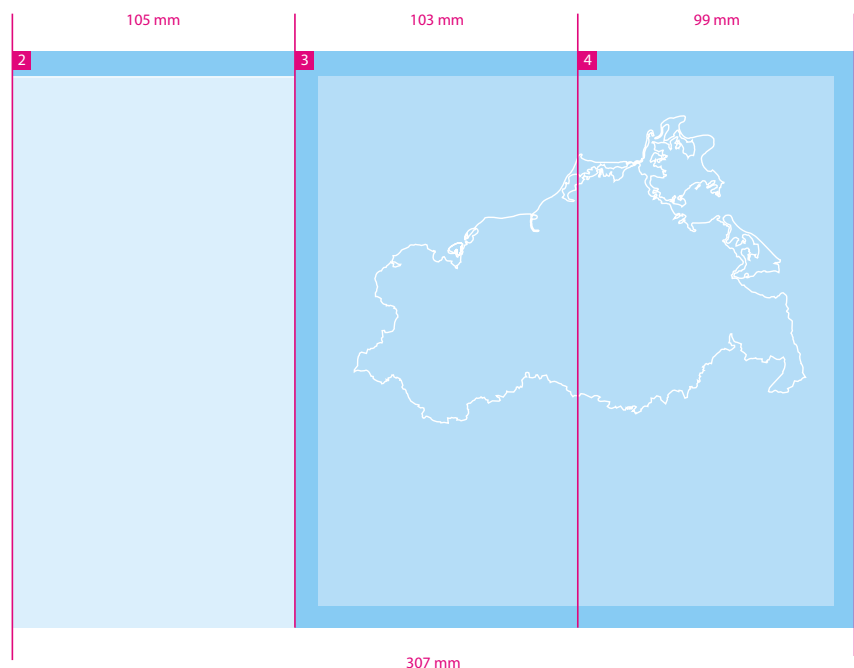
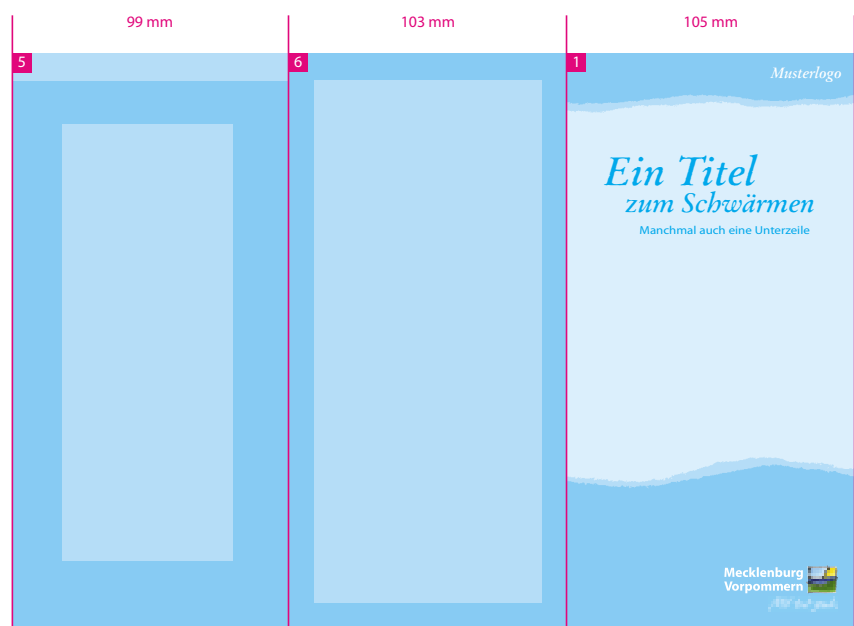




## DIN-lang Umschlag

Auch die Umschläge folgen den Prinzipien der A4-Variante. Allerdings erscheinen das Inhaltsverzeichnis und die Auflistung der Ansprechpartner einspaltig. Die MV-Karte wird nicht einfach verkleinert - sie liegt für die DIN-lang Anwendung in einem besonderen Format vor.

- 1** Titel  
U1
- 2** Aufschlagseite  
U2 mit Inhaltsverzeichnis
- 3/4** Umschlagklappe  
MV-Karte mit Raster und Legende
- 5** Außenklappe  
Ansprechpartner oder Anzeige
- 6** Rückseite  
Anzeige im Satzspiegel oder in Hintergrundfarbe zu bedrucken



**Achtung:** Die Risse sind ausschließlich aus den vorliegenden Dateien zu verwenden.

## 2.6 | DIN-lang Umschlag

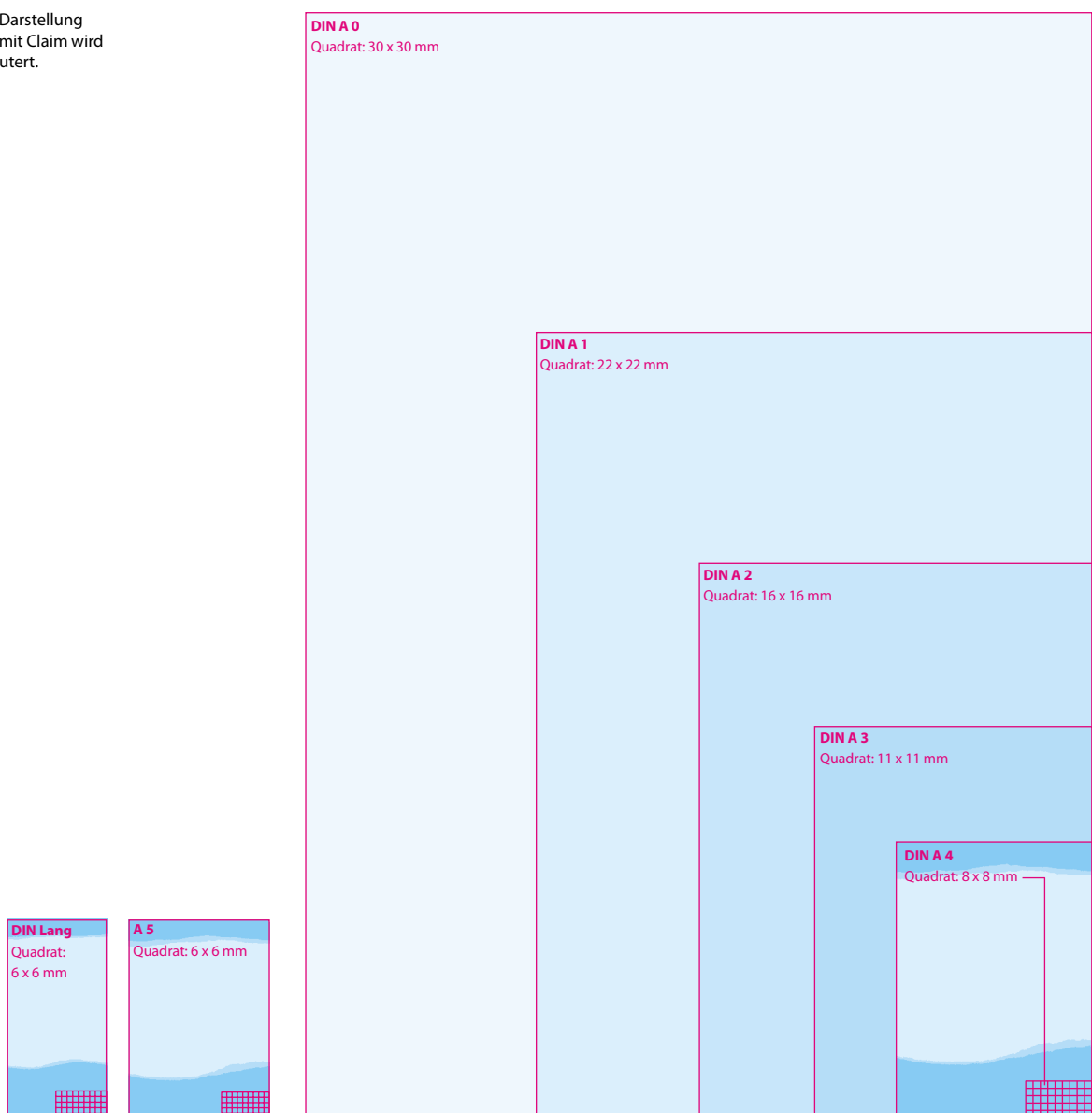


- A** **Seitenkopf**  
Myriad regular 12 pt weiß
- B** **1. Schlagzeile**  
Myriad bold 8 pt farbig / schwarz
- C** **2. Schlagzeile**  
Myriad semibold 8 pt schwarz / weiß
- D** **Text**  
Myriad regular 8 pt schwarz / weiß
- E** **Impressum**  
Myriad semibold 7 pt schwarz / weiß  
Myriad regular 7 pt schwarz / weiß
- F** **Logoleiste**  
Herausgeber...  
Buchungen...  
Mit freundlicher Unterstützung...  
Gefördert von...
- G** **Bildnachweis**  
Hier wie in der gesamten Broschüre  
Myriad regular 4,7 pt schwarz / weiß  
gestürzt

	105 mm
10	<b>A</b> <b>Inhalt</b>
	<p><b>Musik mit charmanten Orten zum Fest der Sinne</b> arrangiert ..... 4</p> <p>Der NDR - Medienpartner im Musikland MV ..... 8</p> <p>Tickets und Infos ..... 9</p> <p><b>B</b> <b>Kalendarische Terminübersicht</b> ..... 14</p> <p>    <b>Konzertreihen</b></p> <p>    Festspiele Mecklenburg-Vorpommern ..... 54</p> <p>    Musiksommer Mecklenburg-Vorpommern ..... 55</p> <p>    Greifswalder Bachwoche ..... 56</p> <p><b>D</b> Usedomer Musikfestival ..... 57</p> <p>    Schönberger Musiksommer ..... 58</p> <p><b>C</b> <b>Ansprechpartner</b> ..... 59</p> <p><b>Herausgeber:</b></p> <p><b>E</b> Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. Platz der Freundschaft 1, 18059 Rostock fon (0381) 40 30-500, fax -555, info@auf-nach-mv.de</p> <p><b>Konzept und Gesamtherstellung:</b> WERK3.de <b>Karten:</b> WERK3.de / Karin Posselt <b>Druck und Verarbeitung:</b> Musterdruckerei</p> <p>Alle Daten in diesem Verzeichnis wurden von der Redaktion nach bestem Wissen erstellt und sorgfältig überprüft. Sie entsprechen dem Stand der Drucklegung im [Monat Jahr]. Dennoch sind inhaltliche Fehler nicht vollständig auszuschließen. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben kann keine Haftung übernommen werden.</p> <p>Rostock, 8. Jahrgang 11/2005 - 190</p>
27 mm	<p><b>F</b> Herausgeber: </p> <p>Mit freundlicher Unterstützung: </p>
3	

Inhalt	
	
Musik mit charmanten Orten zum Fest der Sinne arrangiert .....	4
Der NDR - Medienpartner im Musikland MV .....	8
Tickets und Infos .....	9
➤ <b>Kalendarische Terminübersicht</b> .....	14
➤ <b>Konzertreihen</b>	
Festspiele Mecklenburg-Vorpommern .....	54
Musikommer Mecklenburg-Vorpommern .....	55
Greifswalder Bachwoche .....	56
Usedomer Musikfestival .....	57
Schönberger Musikommer .....	58
 Ansprechpartner .....	 59
<b>Herausgeber:</b> Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. Platz der Freundschaft 1, 18099 Rostock fon (0381) 40 30-500; fax -555; info@mv-tourismus.de	
<b>Konzept und Gestaltung:</b> WERLE/Le <b>Karten:</b> WERLE/Le / Karin Poselt <b>Druck und Verarbeitung:</b> Muensterdruckerei	
<small>Alle Daten in diesem Verzeichnis wurden von der Redaktion nach bestem Wissen erstellt und sorgfältig überprüft. Sie entsprechen dem Stand der Drucklegung (in diesem Jahr). Dennoch sind eventuelle Fehler nicht vollständig auszuschließen. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben kann keine Haftung übernommen werden.</small>	
<small>Rostock, 8. Jahrgang 11/2006 – 190</small>	
	

Das Raster zur Darstellung des MV-Logos mit Claim wird auf Seite 3 erläutert.



**Copyright**

Urheber des **Corporate Designs für die MV-Tourismus-Werbung** ist die Rostocker Agentur WERK3. Sämtliche Nutzungsrechte befinden sich uneingeschränkt und ausschließlich im Besitz des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Der Verband hat jedoch ein ausgesprochenes Interesse an einer Nutzung durch möglichst viele Verbände, Vereine, Kommunen und Unternehmen des Landes. Voraussetzung für die Anwendung ist eine Genehmigung durch den Tourismusverband und eine unverfälschte Abbildung nach diesen Richtlinien. In diesem Fall ist die Nutzung kostenfrei. Die hier dargestellten Fotos sind in diese Rechte nicht eingeschlossen.

Urheber des farbigen **MV-Bildzeichens und des Claims »MV tut gut«** ist ebenfalls WERK3. Die hier dargestellten Anwendungsregeln beider Elemente sind jedoch ein Auszug aus der Richtlinie zum Design der Dachmarke Mecklenburg-Vorpommern. Sämtliche Nutzungsrechte befinden sich uneingeschränkt und ausschließlich im Besitz der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern.

Voraussetzung für die Anwendung im Rahmen der hier dargestellten MV-Tourismus-Werbung ist eine Genehmigung durch den Tourismusverband und eine unverfälschte Abbildung nach diesen Richtlinien. In diesem Fall ist die Nutzung kostenfrei.

**Die Nutzungsrechte für die verwendete Schriftensoftware** liegen nicht beim Herausgeber oder den Agenturen. Die Myriad bietet z.B. FontShop Germany zum sofortigen Download an. Die ITC Garamond Rough ist nur bei APPLY DESIGN GROUP (Hannover) zu beziehen.

FontShop Germany  
Bergmannstraße 102  
10961 Berlin  
fon (030) 6 95 96 0  
fax (030) 6 92 88 65  
[www.fontshop.de](http://www.fontshop.de)

APPLY DESIGN GROUP  
Limmerstr. 45  
30451 Hannover  
Deutschland  
fon (0511) 485 02 90  
fax (0511) 485 02 99  
[www.apply.de](http://www.apply.de)

**Herausgeber**

Tourismusverband  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.  
Platz der Freundschaft 1  
18059 Rostock  
fon (0381) 40 30-600, fax -555  
[www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de)  
[marketing@auf-nach-mv.de](mailto:marketing@auf-nach-mv.de)

**Idee, Konzept, Gestaltung,  
Fotos und Realisierung des Manuals**

WERK3 - Agentur für Werbung und PR  
Rostock | [www.WERK3.de](http://www.WERK3.de)

**Achtung:** Die Logodateien sind für Anwendungen bis A4 geeignet. Größere Dateien bitte beim Herausgeber extra anfordern. Die Risse liegen als schwarze Bmp-Dateien zum Einfärben vor.

## 2. MV-Tourismuswerbung auf Landesebene [MV\_2\_Teil]

Element / Dateiname	Variante	Format	Dateigröße
<b>2.1 A4 Titel [MV_2_1]</b>			<b>(Ordner)</b>
MV_2_1_1	Musterseite / Vorlage	QuarkXPress 3.3	44 KB
MV_2_1_2	Riss 1	bmp	24 KB
MV_2_1_3	Riss 2	bmp	20 KB
MV_2_1_4	Riss 3	bmp	40 KB
MV_2_1_5	Riss 4	bmp	40 KB
MV_2_1_6	MV-Logo	eps	264 KB
MV_2_1_7	Claim	tif	12 KB
<b>2.2 DIN-lang Titel [MV_2_2]</b>			<b>(Ordner)</b>
MV_2_2_1	Musterseite / Vorlage	QuarkXPress 3.3	40 KB
MV_2_2_2	Riss 5	bmp	12 KB
MV_2_2_3	Riss 6	bmp	12 KB
MV_2_2_4	Riss 7	bmp	12 KB
MV_2_2_5	Riss 8	bmp	12 KB
MV_2_2_6	MV-Logo	eps	184 KB
MV_2_2_7	Claim	tif	12 KB

Design-Handbuch MV-Tourismuswerbung 2004

1. MV-Wort- und -Bildmarke, Claim, Schriften, Farben

2. MV-Tourismuswerbung auf Landesebene

**3. MV-Tourismuswerbung von Regionen und Städten**

4. Erscheinungsbild Tourismusverband MV



*Design für*  
**Urlaubsträume**

**Mecklenburg  
Vorpommern** 


*MV tut gut.*

## 3.1 | Inhalt

<b>1.</b>	<b>MV-Wort- und -Bildmarke, Claim, Schriften, Farben</b>	
<b>2.</b>	<b>MV-Tourismuswerbung auf Landesebene</b>	
<b>3.</b>	<b>MV-Tourismuswerbung von Regionen und Städten</b>	
3.1	Inhalt .....	29
3.2	A4 Titel Optimalvariante .....	30
3.3	A4 Titel Minimalvariante .....	33
3.4	DIN-lang Titel Optimalvariante .....	36
3.5	DIN-lang Titel Minimalvariante .....	38
3.6	Impressum .....	40
3.7	Dateien zum Download .....	41
<b>4.</b>	<b>Erscheinungsbild Tourismusverband MV</b>	

## A4 Titel Optimalvariante

Die Titel-Gestaltung für Regionen und Städte in Mecklenburg-Vorpommern soll sich an die Titel der Landestourismuswerbung anlehnen und sich zugleich von ihr unterscheiden können. Einige Elemente der Titel-Gestaltung finden sich hier deshalb in abgewandelter Form wieder, während andere völlig ohne Veränderung übernommen werden.

Außerdem gibt es eine Optimal- und eine Minimalvariante. Bei der Optimalvariante ist die gemeinsame Design-Basis der Tourismuswerbung stark ausgeprägt. Bei der Minimalvariante fällt die Zuordnung zu den Designmerkmalen der Landestourismuswerbung deutlich schwerer. 

- MV\_3\_1\_1 Musterseite / Vorlage
- A MV\_3\_1\_2 Riss 1
- B MV\_3\_1\_3 Riss 2
- C - Bildfläche
- D MV\_3\_1\_4 Riss 3
- E MV\_3\_1\_5 Riss 4
- F Dachzeile (max. zweizeilig)  
Myriad regular 14 pt  
weiß
- G Titelzeile (max. zweizeilig)  
Garamond Rough bold italic  
25 bis 70 pt weiß / farbig
- H Unterzeile (max. zweizeilig)  
Myriad regular 12 bis 20 pt  
weiß / farbig

**Achtung:** Die Risse sind ausschließlich aus den vorliegenden Dateien zu verwenden.



## A4 Titel Optimalvariante

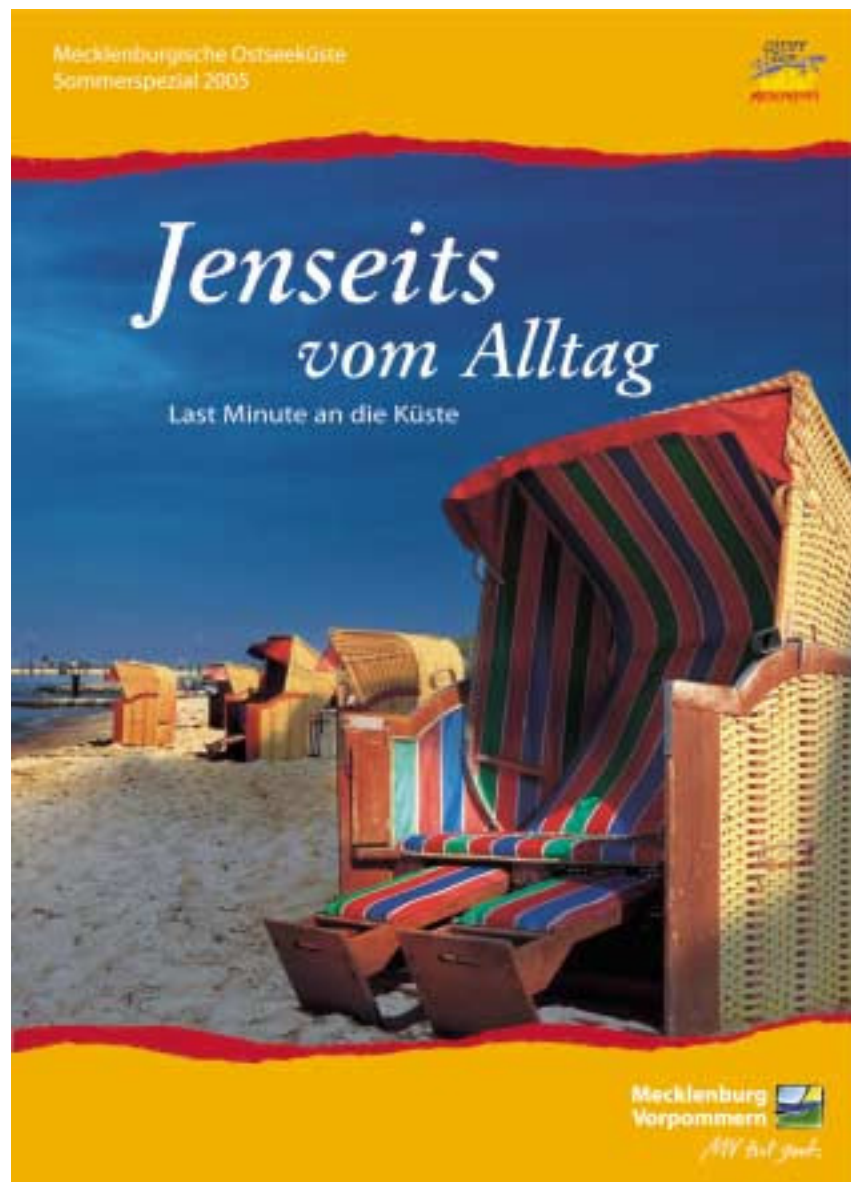
☒ Die Titel verwenden folgende Elemente:

1. Je zwei übereinanderliegende, verschiedenfarbige **Flächen mit Risskante** begrenzen das Format oben und unten. Durch ihre feststehende Form gewährleisten sie die Zuordnung der einzelnen Prospekte zur Reihe. Die Farbe unterscheidet sie voneinander. Bei der Farbgebung ist auf die bereits vorliegenden Broschüren

der Reihe, auf das Thema des Prospektes und auf das Foto Rücksicht zu nehmen.

2. **Das Titel-Foto** fungiert als Blickfang. Das Motiv ist »unteilbar« und darf nur aus einem Bild oder einer Collage bestehen.

3. Auf dem Titel stehen maximal **zwei Titelzeilen sowie zwei Unterzeilen**. Stand, Größe und Farbe sind variabel und nehmen auf das Bild Rücksicht. ☒



## A4 Titel Optimalvariante

☒ Wenn die Schrift weiß erscheint, muss der Untergrund dafür hinreichend kontrastreich sein. Andernfalls ist der Kontrast durch einen Schatten zu erzeugen. Schwarz ist als Schriftfarbe zu vermeiden. Für die Titelzeile wird die Garamond Rough bold italic verwendet.

4. Auf der oberen Farbfläche steht eine **Dachzeile** (maximal zweizeilig) in Myriad regular. Sie beinhaltet vorzugsweise den

Namen der Region oder Stadt und ggf. weitere inhaltliche Informationen.

5. Daneben erscheint das **Logo der Destination**.

6. Im Fuß steht das **MV-Logo mit Claim** an immer der selben Stelle. Dafür sind das Raster sowie die Regel zur Darstellung auf farbigen Gründen zu beachten.



## A4 Titel Minimalvariante

Die Minimalvariante funktioniert wie die Optimalvariante - verzichtet aber auf die oberen beiden Rissflächen. Damit wird das Format nach oben offen. Die dort angeordneten Elemente stehen dann frei auf dem darunter liegenden Foto.

MV\_3\_3\_1 Musterseite / Vorlage

A - Bildfläche

B MV\_3\_3\_2 Riss 3

C MV\_3\_3\_3 Riss 4

F Dachzeile (max. zweizeilig)  
Myriad regular 14 pt  
weiß

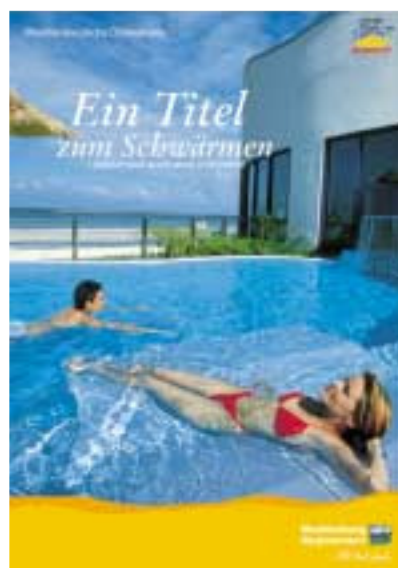
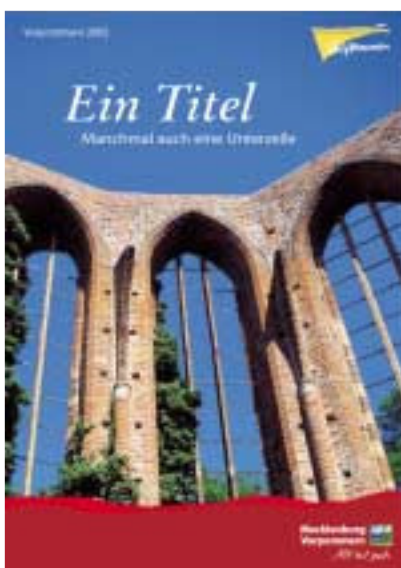
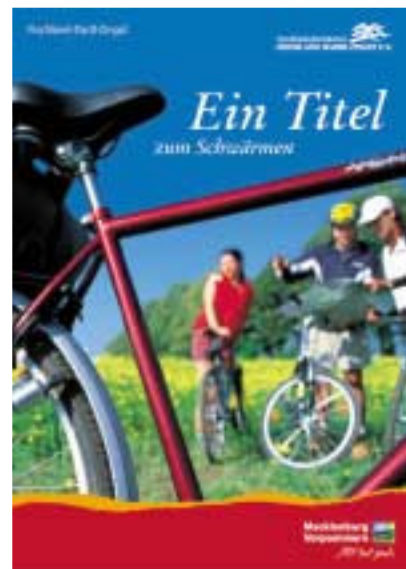
G Titelzeile (max. zweizeilig)  
Garamond Rough bold italic  
25 bis 70 pt weiß / farbig

H Unterzeile (max. zweizeilig)  
Myriad regular 12 bis 20 pt  
weiß / farbig

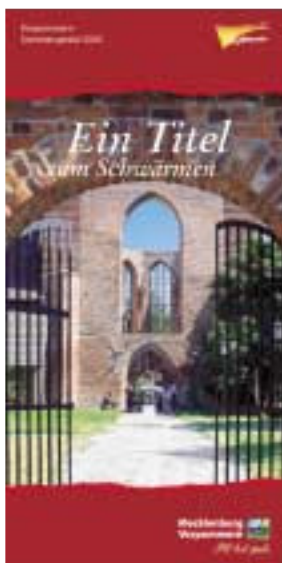
**Achtung:** Die Risse sind ausschließlich aus den vorliegenden Dateien zu verwenden.











## DIN-lang Titel Minimalvariante

Die DIN-lang Titel der Minimalvariante folgen den gleichen Grundsätzen wie die entsprechenden A4 Titel (Seiten 33 bis 35). Sie verzichten demzufolge auf die oberen Rissflächen.

Die anderen Umschlagseiten folgen den Regeln, die für die DIN-lang Formate der Landestourismuswerbung gelten.

MV\_3\_4\_1 Musterseite / Vorlage

A  Bildfläche

B  Riss 3

C  Riss 4

F **Dachzeile (max. zweizeilig)**  
Myriad regular 12 pt  
weiß

G **Titelzeile (max. zweizeilig)**  
Garamond Rough bold italic  
16 bis 45 pt weiß / farbig

H **Unterzeile (max. zweizeilig)**  
Myriad regular 10 bis 14 pt  
weiß / farbig

**Achtung:** Die Risse sind ausschließlich aus den vorliegenden Dateien zu verwenden.





**Copyright**

Urheber des **Corporate Designs für die MV-Tourismus-Werbung** ist die Rostocker Agentur WERK3. Sämtliche Nutzungsrechte befinden sich uneingeschränkt und ausschließlich im Besitz des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Der Verband hat jedoch ein ausgesprochenes Interesse an einer Nutzung durch möglichst viele Verbände, Vereine, Kommunen und Unternehmen des Landes. Voraussetzung für die Anwendung ist eine Genehmigung durch den Tourismusverband und eine unverfälschte Abbildung nach diesen Richtlinien. In diesem Fall ist die Nutzung kostenfrei. Die hier dargestellten Fotos sind in diese Rechte nicht eingeschlossen.

Urheber des farbigen **MV-Bildzeichens und des Claims »MV tut gut«** ist ebenfalls WERK3. Die hier dargestellten Anwendungsregeln beider Elemente sind jedoch ein Auszug aus der Richtlinie zum Design der Dachmarke Mecklenburg-Vorpommern. Sämtliche Nutzungsrechte befinden sich uneingeschränkt und ausschließlich im Besitz der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern.

Voraussetzung für die Anwendung im Rahmen der hier dargestellten MV-Tourismus-Werbung ist eine Genehmigung durch den Tourismusverband und eine unverfälschte Abbildung nach diesen Richtlinien. In diesem Fall ist die Nutzung kostenfrei.

**Die Nutzungsrechte für die verwendete Schriftensoftware** liegen nicht beim Herausgeber oder den Agenturen. Die Myriad bietet z.B. FontShop Germany zum sofortigen Download an. Die ITC Garamond Rough ist nur bei APPLY DESIGN GROUP (Hannover) zu beziehen.

FontShop Germany  
Bergmannstraße 102  
10961 Berlin  
fon (030) 6 95 96 0  
fax (030) 6 92 88 65  
[www.fontshop.de](http://www.fontshop.de)

APPLY DESIGN GROUP  
Limmerstr. 45  
30451 Hannover  
Deutschland  
fon (0511) 485 02 90  
fax (0511) 485 02 99  
[www.apply.de](http://www.apply.de)

**Herausgeber**

Tourismusverband  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.  
Platz der Freundschaft 1  
18059 Rostock  
fon (0381) 40 30-600, fax -555  
[www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de)  
[marketing@auf-nach-mv.de](mailto:marketing@auf-nach-mv.de)

**Idee, Konzept, Gestaltung,  
Fotos und Realisierung des Manuals**

WERK3 - Agentur für Werbung und PR  
Rostock | [www.WERK3.de](http://www.WERK3.de)

**Achtung:** Die Logodateien sind für Anwendungen bis A4 geeignet. Größere Dateien bitte beim Herausgeber extra anfordern. Die Risse liegen als schwarze Bmp-Dateien zum Einfärben vor.

### 3. MV-Tourismuswerbung von Regionen und Städten [MV\_3\_Teil]

Element / Dateiname	Variante	Format	Dateigröße
<b>3.1. A4 Titel Optimalvariante [MV_3_1]</b>			<b>(Ordner)</b>
MV_3_1_1	Musterseite / Vorlage	QuarkXPress 3.3	44 KB
MV_3_1_2	Riss 1	bmp	24 KB
MV_3_1_3	Riss 2	bmp	20 KB
MV_3_1_4	Riss 3	bmp	16 KB
MV_3_1_5	Riss 4	bmp	16 KB
MV_3_1_6	MV-Logo	eps	216 KB
MV_3_1_7	Claim	tif	12 KB
<b>3.2. DIN-lang Titel Optimalvariante [MV_3_2]</b>			<b>(Ordner)</b>
MV_3_2_1	Musterseite / Vorlage	QuarkXPress 3.3	40 KB
MV_3_2_2	Riss 1	bmp	12 KB
MV_3_2_3	Riss 2	bmp	12 KB
MV_3_2_4	Riss 3	bmp	8 KB
MV_3_2_5	Riss 4	bmp	8 KB
MV_3_2_6	MV-Logo	eps	160 KB
MV_3_2_7	Claim	tif	12 KB
<b>3.3. A4 Titel Minimalvariante [MV_3_3]</b>			<b>(Ordner)</b>
MV_3_3_1	Musterseite / Vorlage	QuarkXPress 3.3	40 KB
MV_3_3_2	Riss 3	bmp	16 KB
MV_3_3_3	Riss 4	bmp	16 KB
MV_3_3_4	MV-Logo	eps	216 KB
MV_3_3_5	Claim	tif	12 KB
<b>3.4. DIN-lang Titel Minimalvariante [MV_3_4]</b>			<b>(Ordner)</b>
MV_3_4_1	Musterseite / Vorlage	QuarkXPress 3.3	40 KB
MV_3_4_2	Riss 3	bmp	8 KB
MV_3_4_3	Riss 4	bmp	8 KB
MV_3_4_4	MV-Logo	eps	160 KB
MV_3_4_5	Claim	tif	12 KB