

GEMEINSAM ERFOLGREICH

Der neue Markenauftritt
von Langenlois.
Und wie Sie ihn für Ihren
Betrieb nutzen können.



ZUSAMMEN SIND WIR STARK

Über die Wichtigkeit eines
einheitlichen Auftritts.
Und wie auch Sie davon
profitieren können.

Jeder Mensch hat ein einzigartiges Aussehen und Auftreten, eine Persönlichkeit, die uns unverwechselbar macht. Für Marken wie Langenlois gilt dasselbe: Auch eine Region braucht eine Identität, ein unverwechselbares Aussehen, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

Mit dem neuen Markenauftritt von Langenlois wurde eine solche Identität geschaffen, die all das Gute, Schöne und Genussvolle vereint. Doch so eine Identität entwickelt nur dann ihre volle Kraft, wenn alle an einem Strang ziehen und gemeinsam stark auftreten. Und das bedeutet auch, dass Elemente wie Logos, Farben und Bilder stets auf dieselbe Art eingesetzt werden, um nach außen kein chaotisches Mosaik, sondern ein starkes einheitliches Bild abzugeben.

Dieser Leitfaden zeigt Ihnen, wie der neue Markenauftritt von Langenlois entstanden ist, welche Elemente Sie daraus für Ihren Betrieb verwenden können und was im Zuge dessen zu beachten ist. Die Einhaltung dieser Richtlinien kommt auch Ihnen zugute – denn so profitieren Sie vom zeitgemäßen Markenauftritt unserer schönen Region und leisten einen Beitrag dazu, Langenlois und seine Betriebe in Zukunft weiter zu stärken.



EIN GUTER BODEN

Die Idee hinter dem neuen
Markenauftritt.
Und wie sie Langenlois
jetzt aufblühen lässt.

Für den neuen Markenauftritt von Langenlois war es nicht nötig, in die Ferne zu schweifen – denn die wichtigste Zutat für all unser Schaffen und somit auch für den neuen Auftritt findet man nur hier: die hervorragenden Bedingungen, die in Langenlois herrschen. Dazu gehört vor allem ein guter Boden, auf dem sich ausgezeichneter Wein, blühende Gärten und ein spannendes Zusammenspiel aus Alt und Neu, aus Architektur und Kultur, entwickeln können. Und natürlich der neue Markenauftritt, der Langenlois aufblühen lassen wird.

Am besten lässt sich die Idee mit ein paar einführenden Zeilen beschreiben:

Manchmal muss man nicht lange suchen, um das Beste zu finden. Man muss nur genau hinsehen. Erkennen, dass das Beste bereits da ist. Weil es aus der Natur kommt.

Dazu braucht es Menschen, die genau hinsehen können. Menschen, die seit jeher in der Natur verwurzelt sind. Die seit Anbeginn ihren Boden mit Verantwortung bestellen, seine Früchte mit viel Liebe und Fantasie verarbeiten. Und das seit Hunderten von Jahren.

Menschen, die nie damit aufhören, es noch besser zu machen, die nie die Neugier verlieren, aus Tradition ihrer Zeit voraus sind und diese Begeisterung teilen wollen.

Menschen, die jeden dazu einladen, die schönen Dinge des Lebens auf unendlich viele Weisen mit allen Sinnen zu erleben.

An einem Ort, wo der Ursprung des Genusses gleichzeitig der Ursprung ALLER Dinge ist:

EIN GUTER BODEN
LANGENLOIS

A decorative, stylized vine graphic with several loops and curls, extending upwards from the bottom right corner of the word 'LANGENLOIS'.

DIE FARBEN

Frische Farben für
eine frische Region.
Und wo sie überall zum
Einsatz kommen.

Farben spielen eine wichtige Rolle für die Wiedererkennbarkeit einer Marke. Auf Basis der Idee „Ein guter Boden“ wurden für Langenlois daher frische, lebendig-bodenständige Grüntöne ausgewählt, die unsere Region auf den ersten Blick sichtbar machen. Zum Einsatz kommen die Farben auf Drucksorten, Foldern und Werbemitteln – eben überall da, wo Langenlois vertreten ist.



HELLGRÜN
PANTONE: 7492
CMYK: 17/1/45/3
RGB: 199/210/138
HTML: C7D28A



MITTELGRÜN
PANTONE: 384
CMYK: 28/4/99/39
RGB: 142/147/0
HTML: 8E9300



DUNKELGRÜN
PANTONE: 7498
CMYK: 46/23/84/73
RGB: 78/86/43
HTML: 4E562B

DAS LOGO

Wie man es erfolgreich
verwendet. Und was
dabei zu beachten ist.

Das neue Langenlois-Logo ist ein prägnanter, gut lesbarer und sofort wiedererkennbarer Beweis dafür, dass alles Gute in unserer Region seine Wurzeln im einzigartigen Boden hat. Es ist ab sofort ein wichtiger Botschafter – und daher gibt es einige simple Regeln zu beachten, wie das neue Logo angewendet wird.

Das Logo wird bevorzugt in Dunkelgrün auf Weiß oder in Hellgrün auf dunkelgrünem Hintergrund verwendet (im s/w-Druck natürlich jeweils in Weiß auf Schwarz oder umgekehrt). Andere Farben kommen nicht zum Einsatz.

Die Positionierung des Logos erfolgt stets zentriert und bevorzugt horizontal.



DIE RANKE

Wie sie als zusätzliches
Element eingesetzt wird.
Und wie man sie am besten
verwendet.

Die Ranke aus dem Logo kann auch als einzelnes
Element verwendet werden und stellt eine zusätz-
liche Möglichkeit der Gestaltung im Langenlois-Look
dar. Im Idealfall wird sie durch das Logo ergänzt.

Sie wird bei Farbdrukken in den Langenlois-Grün-
tönen (bevorzugt in Rankengrün auf dunkelgrün-
em Hintergrund) eingesetzt. Im s/w-Druck ist sie
je nach Anwendung Schwarz oder Weiß.



RANKENGRÜN
PANTONE: 5753
CMYK: 42/16/80/62
RGB: 91/99/52
HTML: 5B6334

DIE SCHRIFT

Über die optimale
Lesbarkeit.
Und wie auch Sie dies
nutzen können.

Als neue Schrift für Langenlois kommt die sogenannte „Corporate“ zum Einsatz. Sie bietet den Vorteil, dass man Überschriften und alles, was groß und wichtig ist, in starken einfachen Lettern schreiben kann und bei Fließtexten, wie sie zum Beispiel als kleiner Text in Foldern, Zeitungen oder Briefen vorkommen, zur dafür am besten geeigneten Variante wechseln kann.

Für Ihre eigenen Drucksorten und Briefe können Sie natürlich auch die „Corporate“ verwenden. Sollte die Schrift bei Ihnen nicht installiert sein, können Sie für Überschriften die „Arial“ und für Fließtexte die „Times New Roman“ verwenden.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890&§%(!,;:!" /=?-‘*+)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890&§%(!,;:!" /=?-‘*+)

CORPORATE S

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890&§%(!,;:!" /=?-‘*+)

CORPORATE A

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890&§%(!,;:!" /=?-‘*+)

ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890&§%(!,;:!" /=?-‘*+)

TIMES NEW ROMAN

DIE BILDWELT

Poetische Bilder erzählen
die besten Geschichten.
Und Sie können das für
Ihren Betrieb nutzen.

Zum neuen Markenauftritt von Langenlois gehören natürlich auch neue Bildwelten. Diese erstrahlen in Zukunft in einem poetisch gesetzten Licht, das die Schönheiten unserer Gegend hervorhebt, ohne zu übertreiben oder gar einen falschen Eindruck zu erwecken.

Wenn Sie Ihre eigenen Bilder für Drucksorten oder Werbematerialien auswählen, dann achten Sie darauf, nach Möglichkeit Bilder mit interessanten Lichtstimmungen zu verwenden und spannende Blickwinkel zu zeigen. Dadurch werden Ihre Unterlagen für den Betrachter, zum Beispiel den Gast, einprägsamer und machen Gusto auf Langenlois.



DER NEUE MARKEN- AUFTRITT IN BILDERN

Ein Überblick über die neuen Kommunikationsmittel. Und wie sich Logo, Slogan, Farben und Bilder vereinen.

Im Rahmen des neuen Markenauftritts für Langenlois wurde bereits eine breite Palette an Werbemitteln vollendet, die ab sofort zum Einsatz kommen und mit denen Langenlois Gäste und Freunde aus aller Welt anziehen wird.



IMAGEBROSCHÜRE



KURZINFO-FOLDER



WEBSITE



TRAGTASCHE



SCHÜRZEN



SPEISE- / WEINKARTE



FOLDER-AUFSTELLER



FAHNE



IMAGEPOSTER

EIN NEUER AUFTRITT IST IHRE CHANCE

Wie Sie den neuen
Markenauftritt für Ihren
Betrieb einsetzen können.
Und wie vielseitig die
Möglichkeiten sind.

Die neue Wort-Bild-Marke von Langenlois, also das Logo und der Slogan, lassen sich sehr einfach in den Auftritt Ihres Betriebes integrieren. Beispiele, wie das aussehen kann, finden Sie hier.

Bei der Integration des Logos als Qualitätszusatz in Ihre Werbemittel etc. wird es in der Regel unten im Layout platziert, und zwar so, dass die Ranken den Rand berühren, ohne abgeschnitten zu werden – ein Ausdruck der Verwurzelung von Langenlois im guten Boden.



WEINFLASCHEN-ETIKETTE



WEINKARTON



FOLDER



AUTOBEKLEBUNG

AUF DIE EINHEIT- LICHKEIT KOMMT'S AN

Wie der neue Auftritt
nicht verwendet werden
darf. Und warum das so
wichtig ist.

Wir haben es eingangs bereits erwähnt: Nur wenn alle am selben Strang ziehen, wenn alle die Regeln für den Einsatz des neuen Markenauftritts einhalten, werden wir auch als starke Region wahrgenommen. Hier finden Sie einige Beispiele, wie es nicht sein soll – weil dies unsere Markenidentität verwässert und unsere Wiedererkennbarkeit schwächt.



SLOGAN NICHT ERSETZEN



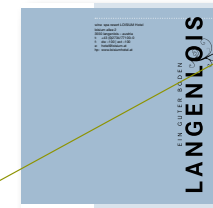
SLOGAN NICHT UMPLATZIEREN



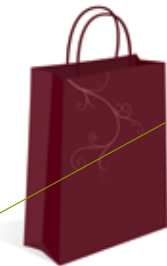
LOGO NICHT UMFÄRBN



GRÖSSENVERHÄLTNISSE
NICHT ÄNDERN



LOGO NICHT ANDERS
ALS VORGEGEBEN PLATZIEREN



RANKE NICHT IN UND AUF
ANDEREN ALS DEN
LANGENLOIS-FARBEN VERWENDEN



BILDER NICHT WEITER BEARBEITEN

DAS URSIN HAUS IST IHR PARTNER

Wie Sie zu den Elementen
des neuen Auftritts
kommen. Und wie einfach
die Abwicklung ist.

Sicher ist Ihr Kopf schon voller Ideen, wie Sie den neuen Markenauftritt von Langenlois in Ihre Werbemittel integrieren können. Und das beste ist: Sie haben dabei im Ursin Haus einen starken Partner, bei dem Sie Logos und andere Elemente anfordern können und der Sie gerne bei der Umsetzung Ihres Projektes unterstützt.

Ursin Haus Vinothek & Tourismusservice GmbH
Kamptalstraße 3
3550 Langenlois

Telefon: 02734/2000-0
Fax: 02734/2000-15
E-Mail: info@ursinhaus.at

Wir wünschen Ihnen gutes Gelingen und viel Erfolg
mit dem neuen Markenauftritt!

