

VISUELLE
KOMMUNIKATION

DESIGNGUIDE

STRALSUND
MUSEUM



GESTALTUNG WORTBILDMARKE

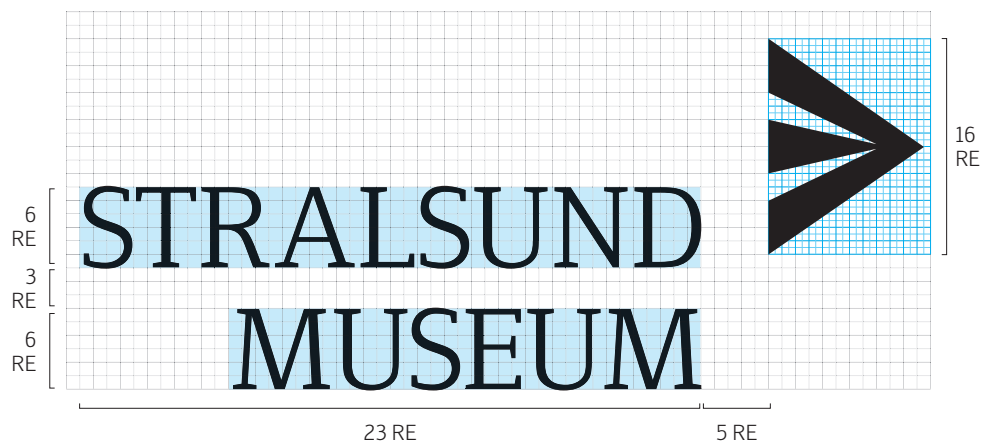
WORTBILDMARKE

Die Wortbildmarke setzt sich aus dem Namensschriftzug und einem Pfeilsymbol als wiedererkennbares Bildelement zusammen.

Der Schriftzug besteht aus einer modifizierten, versalen Version der Schriftart »Foundry Form Serif«. Beide Elemente treten immer in Kombination auf.

RE = Rastereinheit

STRALSUND
MUSEUM



WORTBILDMARKE MIT AUSSENSTANDORTEN

Zur speziellen Bewerbung der Außenstandorte kann die Wortbildmarke ergänzend mit einem Standortzusatz benutzt werden.

Dazu gehören:
das »Katharinenkloster«,
das »Museumshaus« und
das »Marinemuseum«.

STRALSUND
MUSEUM

KATHARINENKLOSTER



STRALSUND
MUSEUM

MUSEUMSHAUS



STRALSUND
MUSEUM

MARINEMUSEUM



IN BEARBEITUNG

FARBLICHER EINSATZ WORTBILDMARKE

Die Wortbildmarke muss grundsätzlich mit größtmöglichem Kontrast abgebildet werden. Dabei ist die Verwendung der Farben Schwarz, Weiß und Gold erlaubt. In Ausnahmefällen kann in der Visuellen Kommunikation auf den Einsatz einer signalstarken Farbe zurückgegriffen werden.



Schwarz auf hellem Untergrund



Weiß auf dunklem Untergrund



Gold (Akzentfarbe) auf hellem Untergrund



Gold (Akzentfarbe) auf dunklem Untergrund

EINSATZ FARBE

Farbkombinationen

In offizieller Kommunikation (z.B. Einladungen, Sponsorships, Kooperationen, interne Kommunikation, Pressematerialien) tritt die Wortbildmarke in Schwarz, Weiß und Gold auf. In den Werbemedien, sowie im Merchandising sind Kombinationen der Farbwelt »Klassik« und »Signal« erlaubt.



Weiß auf dunklen Tönen »Farbwelt Klassisch«



Schwarz auf hellen Tönen der »Farbwelt Klassisch«



Gold auf Farbwelt »Klassisch« oder »Signal«



Signalfarben auf den Grundfarben

