

STYLEGUIDE

BRANDBOOK

Die Marke für das Hofer Land
Die Verbindung von Stadt und Landkreis Hof

HO
FER
LA
ND

STYLEGUIDE PRIMARY LOGO

HO
FER
LA
ND

Main Logo

HO
FER
LA
ND

Highlighted

STYLEGUIDE COLORS

YELLOW



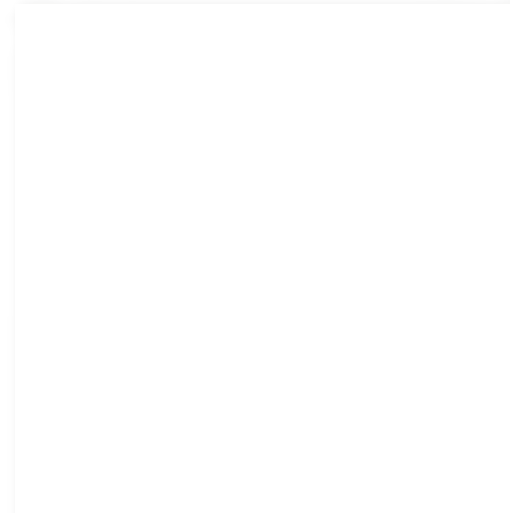
CMYK:0 15 100 0
RGB:255 213 0
HEX:#ffd500

BLACK



CMYK:0 0 0 100
RGB: 0 0 0
HEX:#000000

WHITE



CMYK:0 0 0 0
RGB: 255 255 255
HEX:#ffffff

Signalgelb ist die Highlightfarbe. Sie sollte nicht überproportional angewendet werden.

STYLEGUIDE SPACE



Weißraum



H-Space

Die Versalienhöhe ist der Weißraum.

HO
FER
LA
ND

EINZIGARTIG.
SO WIE DU.



Claim

Der Slogan unterstützt die Gesamtkampagne in ihrer Wahrnehmung als Herausstellung der Menschen in und außerhalb der Region. Das Besondere und Einzigartige ist das, was Menschen in der Region suchen und auch bereits gefunden haben und leben.

Die Logo-Variante mit Claim sollte möglichst immer Anwendung finden.

Eine Trennung zwischen der Wortmarke und dem Claim ist nach Absprache mit der Projektleitung Hofer Land im einzelnen Fall möglich.

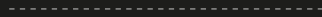
H
HO
FER
LA
ND
I

EINZIGARTIG.
SO WIE DU.

H

STYLEGUIDE SIZE

8 mm

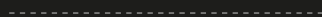


HO
FER
LA
ND

Abbildungsgrößen ohne Claim

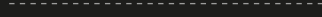
Das Logo ohne Claim hat eine minimale Abbildungsgröße in der Gesamthöhe von 8 mm. Jegliche Größe darunter ist nicht mehr darstellbar.

10 mm



HO
FER
LA
ND

15 mm

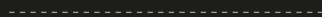


HO
FER
LA
ND

Größenempfehlung ohne Claim 15 mm Höhe



15 mm



HO
FER
LA
ND
EINZIGARTIG.
SO WIE DU.

Abbildungsgrößen mit Claim

Das Logo mit Claim wird erst ab 15 mm sichtbar und sollte darunter auf keinen Fall Anwendung finden.

20 mm



HO
FER
LA
ND
EINZIGARTIG.
SO WIE DU.

Größenempfehlung mit Claim 20 mm Höhe



STYLEGUIDE PLACEMENT



Ausrichtung linksbündig



Ausrichtung zentriert



Ausrichtung rechtsbündig

STYLEGUIDE LOGO ON BACKGROUND



Unbunte Hintergründe

Logo wird im Original als Gelb/Schwarz-Variante oder als Gelb/Weiß-Variante dargestellt.



Bunte Hintergründe oder auch Fotos

Logo wird im Original als Schwarz- oder Weiß-variante dargestellt. Dies dient zum maximalen Kontrastverhältnis und zum geordnetem Farbempfinden.

STYLEGUIDE PLEASE DON'T DO THIS

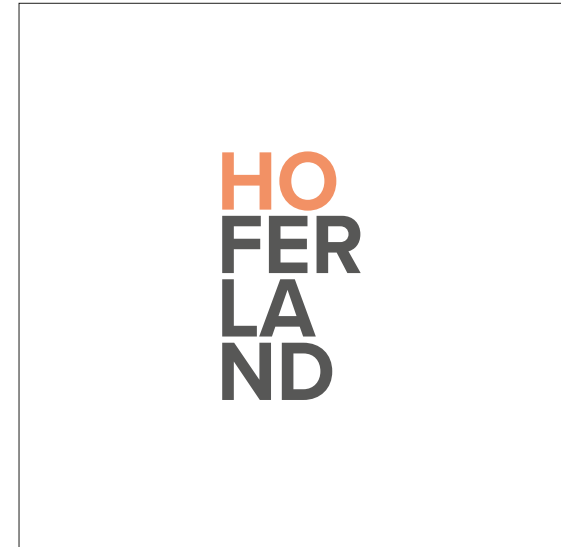
Keine Transparenz



Keine Farbänderung



Farben nur aus dem Guide verwenden



Keine Outlines



Keine Drehung oder Verschiebung



Kein Nachbau mit eigener Schrift

Typography

Das Logo wird nicht mit der Typo dargestellt. Nutzen Sie nur die Vorlagen als eps/pdf/ai etc.

Raleway Regular

aābcçdðeéffghiiĵklmñnoøpqrstuüvwxyz
AĀÂBĈÇDEFGHIĪJKLMNOŌÓÔÒPQRSTUVWXYZ
0123456789°(, ' - ; :) ! ? & © ° π ® † ≈ † ™ £ ¤ ∞ § • ª °

Raleway Bold

aābcçdðeéffghiiĵklmñnoøpqrstuüvwxyz
AĀÂBĈÇDEFGHIĪJKLMNOŌÓÔÒPQRSTUVWXYZ
0123456789°(, ' - ; :) ! ? & © ° π ® † ≈ † ™ £ ¤ ∞ § • ª °

STYLEGUIDE PLACEMENT DIGITAL

E-Mail Signatur

Mit freundlichen Grüßen
Max Mustermann

FIRMA Firma GmbH · Mustertsraße 12 · 95032 Hof
GmbH Tel.: 0123456 7890
Web.: ihrefirmagmbh.de

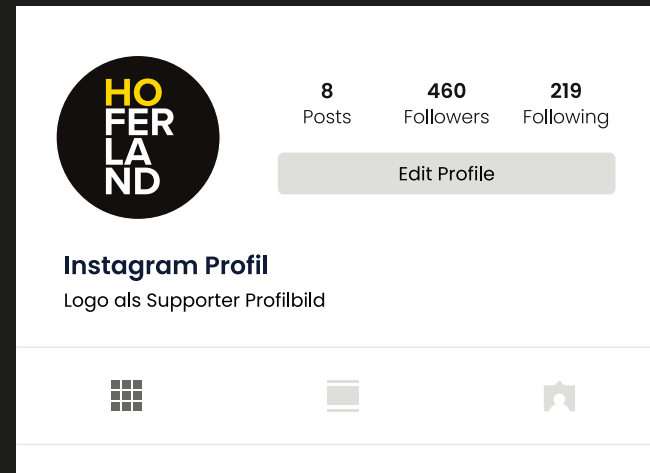
HO
FER
LA
ND

Mit freundlichen Grüßen
Max Mustermann

FIRMA
GmbH
Firma GmbH · Mustertsraße 12 · 95032 Hof
Tel.: 0123456 7890
Web.: ihrefirmagmbh.de

HO
FER
LA
ND
EINZIGARTIG
SO WIE DU

Ihr Profilbild bei SocialMedia



Ihr Social Media Feedpost



STYLEGUIDE PLACEMENT

Das Logo auf ihrem Flyer



Das Logo in Ihrem Briefpapier kann in Freiflächen platziert werden oder sich in eine Logogruppe einreihen (z.B. bei Zertifizierungen oder Händlerlogos).

STYLEGUIDE PLACEMENT



Das Logo auf Ihrer Website



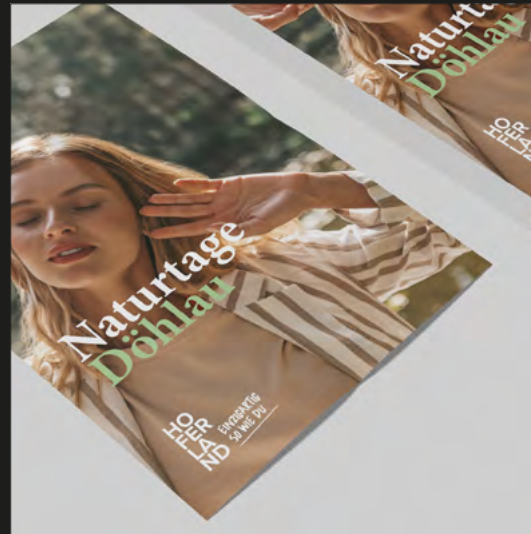
Verpackungen mit dem Regionallogo



Logo auf Sporttrikots oder Vereinskleidung



Beispiel einer Logoplatzierung



Logoplatzierung auf Flyer



Besondere Produkte aus der Region

STYLEGUIDE KNOW HOW

Positionierung



Wir haben viel gefragt und viel ausgewertet.
Und erkannt: **unsere Region ist einzigartig.**
Aber da geht noch mehr.

WIR SCHAFFEN
GEMEINSAM EINE
KOMMUNIKATIVE
INITIATIVE FÜR DEN
ZUKUNFTSRAUM
HOFER LAND.

Kernbotschaften



LEBENSORT

- /// HOHER LEBENSWERT
- /// ENGAGEMENT UND INITIATIVE
- /// PLATZ, RAUM UND VIELFALT



GEMEINSCHAFT

- /// GEMEINSAM LEBEN
- /// GEMEINSAM GESTALTEN
- /// GEMEINSAM ERSCHAFFEN



KULTURFRISCHE

- /// ENTSCHEUNIGUNG
- /// ERLEBBARE KULTUR
- /// FRISCHER GENUSS

Hohe Lebensqualität bedeutet für jeden etwas anderes.
Genau hier setzen Stadt und Landkreis Hof an und schaffen eine neue Definition für die Region.

Gemeinsam möchten wir uns auf wesentliche Elemente wie **Lebensort, Gemeinschaft und Kulturfrische** mit all ihren Facetten und Vorzügen fokussieren.

Die Region ist damit attraktiv für junge Familien, engagierte Fachkräfte, innovative Gründer und zukunftsorientierte Unternehmen.

Sie schafft somit eine Perspektive für Jung und Alt und bildet einen wichtigen gesellschaftlichen Punkt: **Gemeinschaft.**

STYLEGUIDE KNOW HOW

Ziele



Neupositionierung
des Hofer Landes



Bekanntheit der
Region und ihrer
Vorzüge steigern



Zukunftsfähiges
Image für die
Region schaffen

Vision



Zuzug fördern und
Wegzug verhindern



Verbindendes Element für die
Region und ihre relevanten
Organe schaffen

Zielgruppen



FACHKRÄFTE

20 bis 30 Jahre alt,
mindestens mit
abgeschlossener
Berufsausbildung



FULL NESTER

Verheiratet
oder mit Partner(in)
lebend, Kinder unter 13
Jahren im Haushalt

Werte



MITEINANDER

SINN FÜR
GEMEINSCHAFTLICHES
FÜREINANDER



ENGAGIERT



VERLÄSSLICH

ZUVERLÄSSIG
ZUKUNFTSORIENTIERT



ZUKUNFT
ERGREIFEND



NATUR-
VERBUNDEN

KRAFTVOLL
RUHESPENDEND



ANPASSUNGS-
FÄHIG

**VISIONEN SIND WIE STERNE.
MAN WIRD SIE VIELLEICHT NIE
ERREICHEN, SIE DIENEN UNS
ABER STETS ZUR ORIENTIERUNG.**

STYLEGUIDE LOGO SHORTFACTS

Logo

HO
FER
LA
ND

Der gestapelte Schriftzug symbolisiert strukturellen Aufbau und Vision für neu Geschaffenes.

Die Wortteilung verstärkt die einzelnen gesellschaftlichen Teile, die für das Zusammen und Gemeinsam stehen sollen.

HO
FER
LA
ND

Für die Wort/Bild-Marke wurde eine klassisch-moderne und klare Schriftart gewählt.

Highlight

HO
FER
LA
ND

Blickfang des Logos ist das **HO** in modernem Signalgelb - oder Sempftgelb, wie man hier sagt.

Bekannt als Autokennzeichen für Stadt und Landkreis verstärkt es auch das umgangssprachliche und durchaus herzlich gemeinte „Ho“.

Ho soll das Ja verstärken: Ja zur Region. Ja zu Mut, Vision und Zielstrebigkeit.

Claim

HO
FER
LA
ND **EINZIGARTIG.
SO WIE DU.**

Der Claim der Kampagne beschreibt unsere gelebte Individualität und Diversität. Die Chance auf Gleichheit, Gemeinsamkeit und Respekt im Umgang sind die Basiselemente unserer gemeinsamen Aktivitäten.



Die persönliche Ansprache und der direkte Vergleich erzeugen eine emotionale Bindung beim Betrachter. Der Mensch steht im Mittelpunkt – die Kampagne lebt vom Mitmachen und Mitgestalten aller – nach innen und außen.

KONTAKT

Projektteam Hofer Land - Nadine Michael
hoferland@landkreis-hof.de
09281/57-423

Leiterin Pressestelle Landkreis Hof - Stefanie Schulze
pressestelle@landkreis-hof.de
09281/57-297



Landkreis Hof
wir sind Heimat



Stadt Hof
Ganz oben.



gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium
der Finanzen und für Heimat

