

TRAVE
MÜNSTER
WOCHE
seit 1889

STYLE GUIDE

TRAVE MÜNDER WOCHE

seit 1889

INHALT

EINLEITUNG	4
FARBEN	8
VERANSTALTUNGSLOGO	10
VARIATIONEN	12
PROPORTIONEN	14
LOGO FARBEN	16
SO BITTE NICHT!	18
CLAIM	20
TYPOGRAFIE	22
RECHTSCHREIBKONVENTIONEN	26
ILLUSTRATIONEN	30
SPONSOR:INNEN	36
ANWENDUNGSBEISPIELE	38

Dieser Styleguide wird regelmäßig aktualisiert.
Du hältst derzeit die Version 1.1 vom 3. Juli 2023 in
deinen Händen. Erkundige dich im Zweifel unter
travemuender-woche.de oder
dubistmirnemark.de über die neueste Ausgabe.

Die Travemünder Woche verbindet ein hervorragendes, international besetztes, professionell durchgeführtes Sportevent auf dem Wasser mit einem nachhaltigen, gesunden, herzlichen, unterhaltsamen Landprogramm. Besucher:innen spüren die Nähe zum Sport hautnah. Sie können Genuss und Spannung, Land und See, Ruhe und Sturm in ungewöhnlicher Art und Weise miteinander verbinden. Und das völlig unbeschwert.

Welt ahoi!

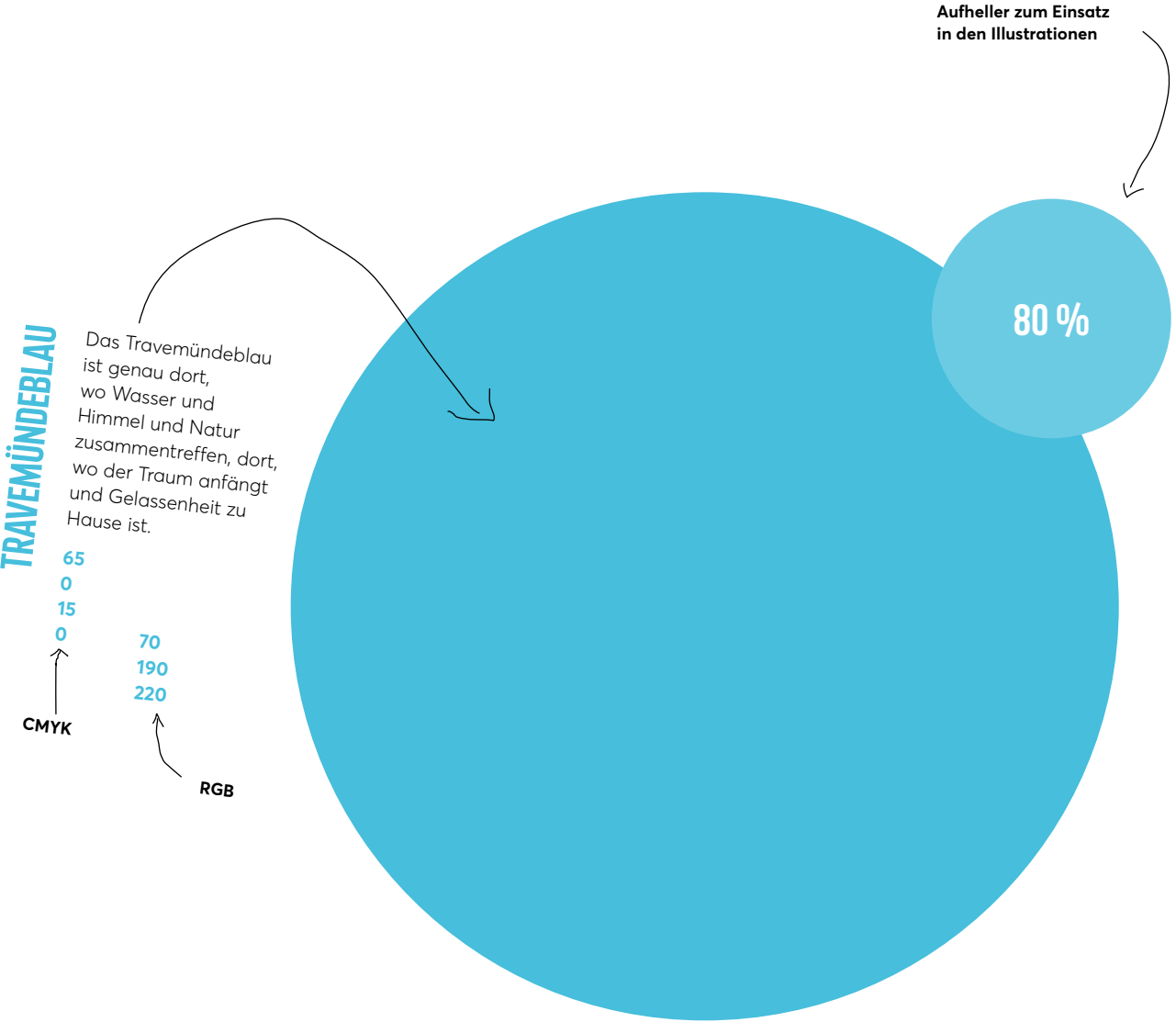
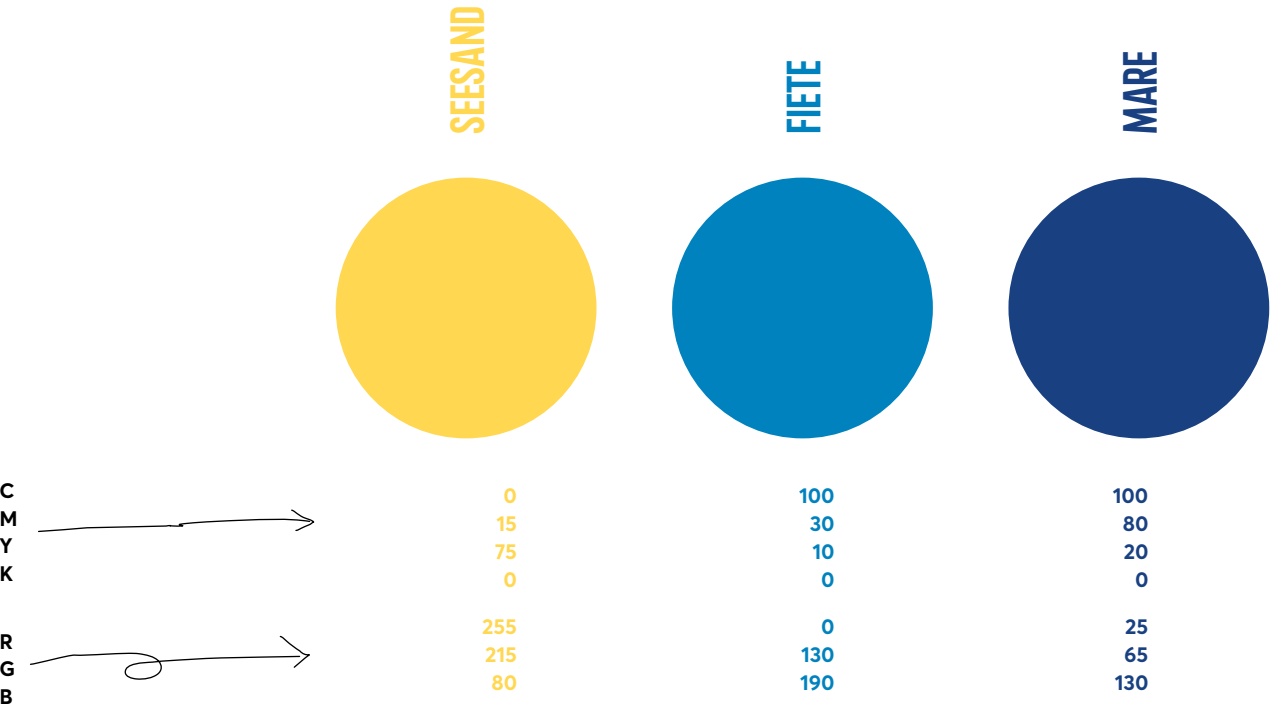


*Im Fokus stehen die Menschen,
die Sportler:innen und
Besucher:innen, deren Haare, vom
Winde verweht, zum maritimen
Schauplatz werden, auf dem die
Boote um die Wette segeln.*

*Unbeschwert, weltoffen, ehrlich
und echt – Das ist die Travemünder
Woche!*



FARBEN



VERANSTALTUNGSLOGO

Das Veranstaltungslogo setzt sich aus dem dreizeiligen Travemünder Woche Schriftzug sowie dem Hashtag mit der Nummerierung zusammen. Optional kann es durch das Veranstaltungsdatum erweitert werden.

Die Schreibweise des Datums richtet sich nach den Rechtschreibkonventionen (siehe Seite 22).



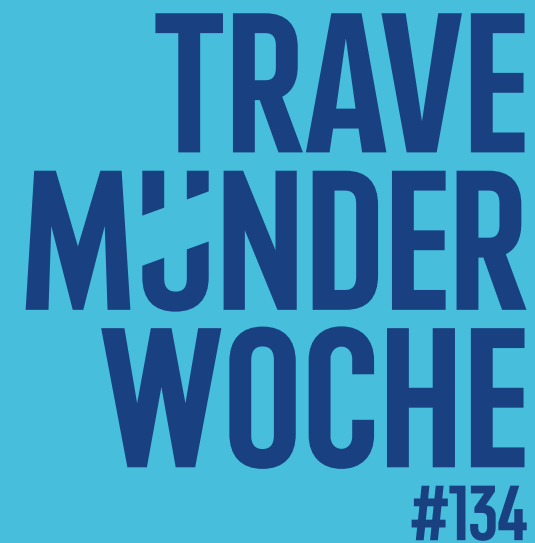
VARIATIONEN

Je nach Anwendung kann das Logo in drei unterschiedlichen Varianten auftreten:



Das vollständige
Veranstaltungslogo mit
Datum und Nummerierung.

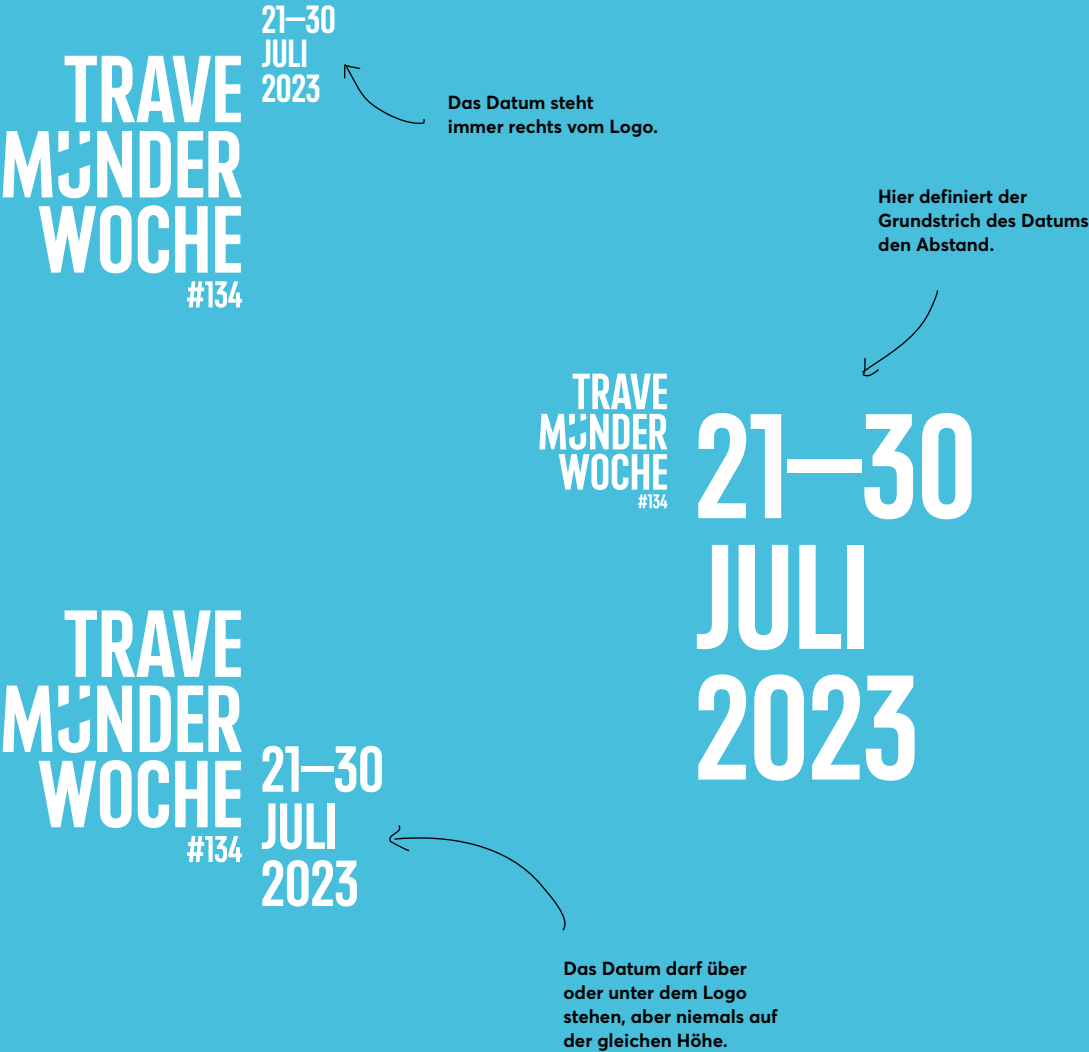
Kurzform ohne Datum.



Das allgemeingültige
Veranstaltungslogo: Hier
entfällt das Datum und die
Nummerierung wird durch
das Gründungsjahr der
Travemünder Woche ersetzt.

PROPORTIONEN

Das Datum ergänzt das Veranstaltungslogo und ist in seiner Größe variabel. Der Abstand zwischen Logo und Datum ist fest definiert und umfasst die doppelte Breite des Grundstrichs der jeweils größeren Schrift.

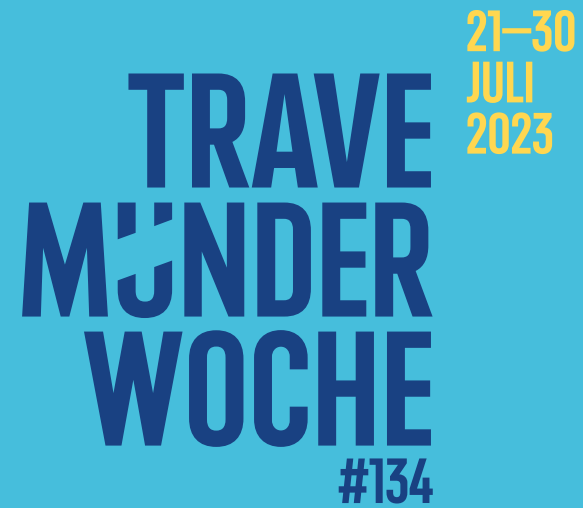


LOGO FARBEN



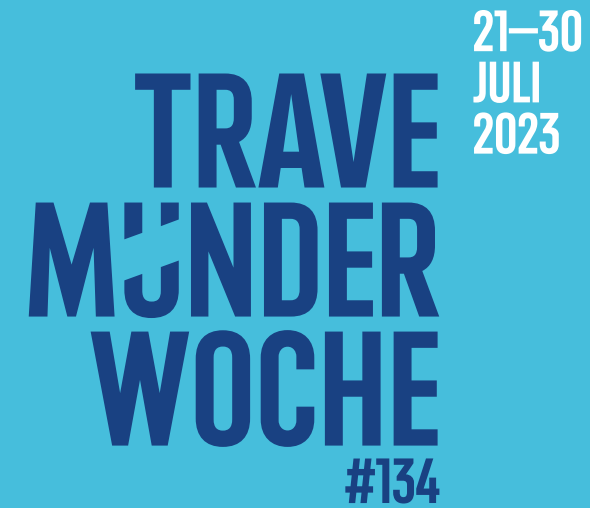
Weiß mit Seesand

Sekundäre Farbkombination
auf dunklen Untergründen.



Mare mit Seesand

Sekundäre Farbkombination
mit Seesand als Akzentfarbe.



Mare mit Weiß

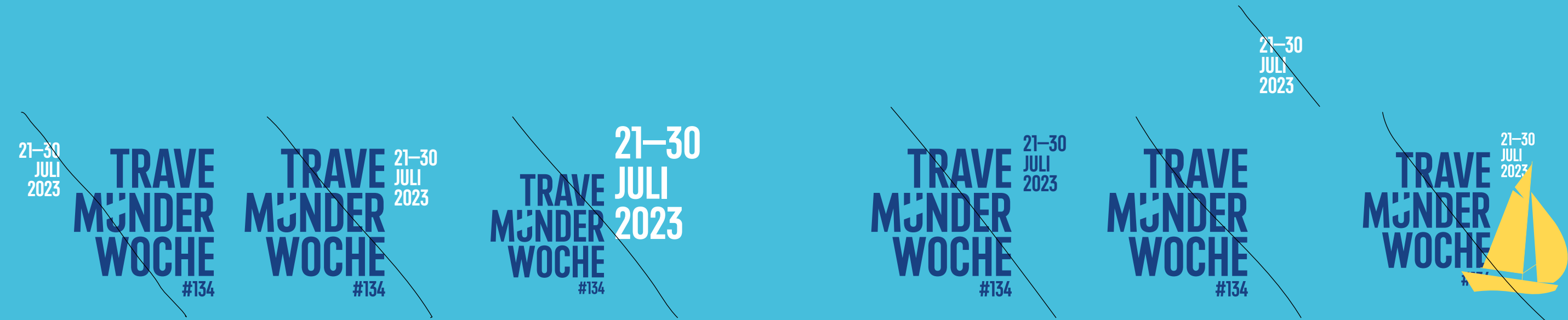
Primäre Farbkombination
auf travemündeblauem
Untergrund.



Mare mit Travemündeblau

Primäre Farbkombination
auf hellem Untergrund.

SO BITTE NICHT!



Logo und Datum dürfen nicht die Plätze tauschen: Das Logo ist stets rechtsbündig, das Datum wiederum linksbündig. Das Datum stets rechts vom Logo!

Logo und Datum dürfen nicht auf einer Höhe abschließen.

Logo und Datum müssen unterschiedliche Schriftgrößen aufweisen.

Logo und Datum müssen unterschiedlich gefärbt sein.

Logo und Datum dürfen nicht zu weit auseinander stehen.

Logo (+Datum) dürfen sich nicht mit den Illustration oder anderen Bild- und Grafikelementen schneiden.

CLAIM

Die Travemünder Woche begrüßt ihre Besucher:innen mit einem freundlichen „**Welt ahoi!**“.

Der Claim kann sowohl als Teaserheadline als auch Notiz eingesetzt werden. Seine Schreibweise ist fest definiert. Als maßgebliches Gestaltungselement tritt der Schriftzug zudem mit angepasstem Buchstabenabstand auf. Diese angepasste Version steht auf Anfrage bei Lübeck Travemünde Marketing GmbH als EPS-Datei zur Verfügung.

Averta Bold

ahoi wird kleingeschrieben.

Das Ausrufezeichen gehört dazu!

Welt ahoi!

Der Slogan kann auch zweizeilig stehen.

Hier: 55 auf 52,25 pt.
(95% der Schrifthöhe)

Welt ahoi!

Welt ahoi!

Bei kleineren Anwendungen muss der Buchstabenabstand nicht angepasst werden.

TYPOGRAFIE

Verwendet werden die beiden Schriften Trave und Averta, die erfolgreich das Schriftbild von Lübeck und Travemünde prägen.

Die Trave unterliegt der SIL-Lizenz. Sie darf deshalb also privat sowie kommerziell eingesetzt und weitergereicht werden. Einzig der Verkauf ist untersagt.

Die Averta muss für die Verwendung lizenziert werden.

TRAVE BOLD



Averta Bold
Averta Bold Italic
Averta Regular
Averta Regular Italic
Averta Light
Averta Light Italic

Averta Bold
Averta Bold Italic
Averta Regular
Averta Regular Italic
Averta Light
Averta Light Italic

Averta Bold
Averta Bold Italic
Averta Regular
Averta Regular Italic
Averta Light
Averta Light Italic

HEADLINE ÜBERSCHRIFT

Headlines
Hier: 70 auf 61,6 pt
Trave

Einleitungstext
13 auf 17 pt
Averta Light Italic

Dies ist ein Einleitungstext: Ant exeria voluptatios audis nonem illandipicid quate coneceptur res sumquatium latem ide vel id explige ndionsenim alis unt, ad quae nulpa comnimost, tempos sam remquiattia vendis quisimincim ullandendel iure omniatius.

Zwischenheadline
(H2)
11 auf 13 pt
Averta Bold

Zwischenheadline

Fließtext
8 auf 13 pt
Averta Regular

Et evelles equame enitinci ilicabor at acesto optaeped quat. Nihic te venture nimusci picabo. Volori blati dellabore, nim es eum is peria sitium quoditem elignim esecum lanimet ipsum haruptaspere dersperum sit fugit ventecu llabor am rehendamus, ommo mil et rerfero incipicipsum et, coritas peribernatur sin cor reptiati dictiscitas veratib.

Senis excerume cone explitatet fugit ma dollanda voloritius ima conesto etur, nobis doluptur? m seque non nulpa cum quid ex essi dolorporibus con consecature quo dendae laut et ipsusti usdaecti corum reperibus dem. Et fuga. Ur rempele ndunti corum quam, alique mod qui con es sintore mporumqui reria perupta tentiat.

Absatzende +6,5 pt

usae. Ovidele sequiam auditio esciliquo quatur sit, ommoditatiis experio. Nam quod quibus maioris re, ut lita earibus nectibusam, quid qui odis aspider empore la dolenditaqui alitattia natque pro earibusdae qui alit qui cum a sum imi, que porum int que consequiam

Tusci quidem faccaboreped ut quation exerum es eost, que voluptatque essecte tusandi atibustio. Ut ad enis in nem nonsequis nobisci psandae non et repratist, volessequid qui con eos explicatur? Quias min re,

Hervorhebung
Averta Bold

Spaltenabstand 7 mm

RECHTSCHREIBKONVENTIONEN

Für eine einheitliche Schreibweise richten wir uns nach dem Duden.

- Für die Entsprechung „bis“ wird der Gedankenstrich ohne Leerzeichen davor oder danach verwendet ①. Dazu wird beim Mac die Taste „alt“+„-“ gedrückt und unter Windows „Strg“+„-“.
- Uhrzeiten ② mit hochgestellten Ziffern, aber nur, wenn nicht volle Stunde.
- Bei der Datumsschreibweise ③ wird keine vorgestellte Null bei Tag oder Monat gesetzt und der Monat nach Möglichkeit immer ausgeschrieben. Es werden immer trennende Leerzeichen zwischen Tag, Monat und Jahr gesetzt und das Jahr wird nicht gekürzt.
- Ein Gedankenstrich wird mit einem Leerzeichen davor und danach gesetzt ④.
- Für Domains und Trennungen wird der Bindestrich verwendet ⑤.
- Für die deutschen Anführungszeichen ⑥ gilt die Regel 99/66, unter Windows findet man die öffnenden Zeichen unter dem Tastaturkürzel „alt“+„0132“ und die schließenden Zeichen unter „alt“+„0147“, beim Mac sind es die Tasten „option“+„^“ und „shift“+„option“+„^“. Für die englischen Anführungszeichen ⑦ gilt die Regel 66/99, unter Windows sind es die Tastaturkürzel „alt“+„0147“ und „alt“+„0148“, beim Mac „option“+„2“ und „shift“+„option“+„2“.
- URLs ⑧ immer ohne „https://www“. Ausnahmen: Es handelt sich um direkt Links oder englische Werbemittel. Hier kann ein www. vorangestellt werden.

The diagram illustrates various German writing conventions with examples and annotations:

- Time:** ~~14.00 Uhr~~ (crossed out), **14 Uhr** (correct), ~~16.15 Uhr~~ (crossed out), **16¹⁵ Uhr** (correct), **2 p.m.** and **4¹⁵ p.m.** (correct). Annotations: ① points to the crossed-out times, ② points to the superscripted minutes.
- Dates:** ~~11.05.19~~ and ~~11.05.2019~~ (crossed out), **11. Mai 2019** (correct), **11th May 2019** (correct), ~~4. Jan. 2021~~ (crossed out), **4. Jan. 2021** (correct), ~~4. 1. 2021~~ (crossed out), **4. 1. 2021** (correct). Annotations: ③ points to the correct date formats.
- Hyphens and Em-dashes:** **... außer – hier ist ...** (correct), **Travemünde-Neustadt** (correct). Annotations: ④ points to the space around the em-dash, ⑤ points to the hyphen.
- Quotation Marks:** **„Hallo“** (correct German), **hello** (correct English). Annotations: ⑥ points to the German opening quote, ⑦ points to the English opening quote.
- URLs:** ~~www.travemuender-woche.com~~ (crossed out), **travemuender-woche.com** (correct). Annotation: ⑧ points to the correct URL format.

Wir duzen in unseren
Kommunikationsmitteln ...
dabei werden alle Anreden
klein geschrieben.

~~„Ihr Besuch auf der Travemünder Woche.“~~

„Dein Besuch auf der Travemünder Woche.“

„Ich melde mich gleich bei dir.“

„Holst du dir deine
Tickets bei uns ab?“

geht beides

„Die Tickets kann man
sich bei uns abholen.“

„Genießt den Aufenthalt.“

Besucher:innen

alternativ → Besuchende

ein:e Sportler:in

Wir suchen Teilnehmer:innen

Segler:innen

Wir gendern, denn wir mögen
alle Menschen! Dabei richten
wir uns nach dem „Leitfaden
für gendersensible Sprache“
der Hansestadt Lübeck!

ILLUSTRATIONEN

Die Illustrationen sind die Essenz der Travemünder Woche und zeigen die Verschmelzung der Veranstaltung und der Menschen, Sportler:innen wie auch Besucher:innen und Segelfans.

Die Segelboote dürfen bei der Gestaltung nie am Bildrand an- oder durchgeschnitten werden!

DAS IST OLE

Ole ist ein alteingesessener Besucher der Travemünder Woche und hat noch keine Veranstaltung verpasst. Jedes Jahr freut er sich darauf, mit seinen Kolleg:innen am Hafen zu sitzen und bei einem leckeren Fischbrötchen den Tag an der See ausklingen zu lassen.



DAS IST LEEVKE

Leevke ist unternehmungslustig und durch Zufall auf die Travemünder Woche gestoßen. Sie freut sich schon darauf, die Promenade entlang zu schlendern und die Wettkämpfe zu verfolgen, auf das gute Essen, Getränke und die Musik.



DAS SIND NIKA, ANDRO UND JUANA

Gemeinsam mit ihrer Tochter Juana machen Nika und Andro den gemeinsamen Familienurlaub im wunderschönen Travemünde.

Juana liebt das Meer. Segeln ist ihre größte Leidenschaft. Nächstes Jahr möchte sie selbst an dem internationalen Wettkampf teilnehmen – das hat sie sich fest vorgenommen. Für dieses Jahr reicht es ihr, die Segler:innen vom Land aus zu beobachten und sich vom Seewind die Haare verwehen zu lassen.

Nika und Andro wiederum lieben es, die Welt zu erkunden. Sie haben sich in Kairo kennengelernt – sie, eine lebhafte junge Frau, die immer nach Abenteuern sucht und er, ein junger Mann, den die Fremde magisch anzieht. Die Familie hat es dieses Jahr nach Travemünde verschlagen, um ihrer segelbegeisterten Tochter eine Freude zu bereiten – denn die Travemünder Woche gehört zu den größten Segelveranstaltungen der Welt!

Wichtig: Die Namen sind nur für den internen Gebrauch gedacht und werden nicht nach Außen kommuniziert.



SPONSOR:INNEN

UMGANG MIT SPONSOR:INNEN-LOGOS

Angestrebt wird eine strikte Trennung der Sponsor:innen von der Veranstaltungs-CI. Die Sponsor:innen bekommen ihre eigene Fläche auf jedem Medium – so bekommt die Veranstaltung ein geschlosseneres Aussehen.

Die Sponsor:innenfläche sitzt im Fußbereich des Mediums. Auf ihr werden die Logos auf weißem Untergrund abgebildet.



Sponsor:innen-Logos
auf weißer Fläche

ANWENDUNGSBEISPIELE

TRAVE MÜNDER WOCHE

21–30
JULI
2023

#134



Welt ahoi!

World Championship Formula 18 | J22 /// Junior World Championship 49er | 49er FX ///
Euro Cup Olympiajolle /// Int. German Championship ORC Crew | ORC Double Handed |
Dragon | Formula Kite /// German Open 12' Dinghy /// Sailing Champions League Final ///
Segelbundesliga 1. and 2. Liga

Veranstaltungsplakat
Designvorschlag

Keyvisual

Claim

Wettbewerbe

Sponsor:innenleiste

Veranstalter:innenlogos





Programmplan Litfaßsäule
 Designvorschlag





Messewand/screen



Messestand Seebad Travemünde
auf der Boot 2023



Messeaufsteller



Preview-Broschüre





Rollup

Fährenbeklebung
Designvorschlag





City Light
Poster
Designvorschlag

Emaile-Tasse



Postkarte





Merchandising
Designvorschläge



Flaggen

TRAVEMÜNDER
WOCHENBLATT

travemuender-woche.com