

CD MANUAL

DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU

Ausgeprägte

FESTKULTUR

GENUSS-DESTINATION

mit Lebensfreude

Entspannte

LEBENSART

VERBUNDENHEIT

INHALT

EINLEITUNG	4
Markenfamilie	5
WORTMARKE	6
Einsatzmöglichkeiten der Wort-/Bildmarke	7
Positionierung und Sicherheitsabstände	8
Do's & Don'ts	11
FARBEN	13
Primäre Destinationsfarben	13
Sekundäre Destinationsfarben	14
HAUSSCHRIFTEN	15
SUPERGRAFIK	16
Einsatz im Merchandising	17
Elemente der Supergrafik	18
Do's & Don'ts der Elemente der Supergrafik	19
Einsatz in der Destinationsausstattung	20
Anwendungsbeispiele	22
· für die DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU	23
· für Wiesbaden	27
· für den Rheingau	30
· für eine Kommune oder einen Leistungsträger – am Beispiel Eltville	33
BILDSPRACHE	36

EINLEITUNG

Dieses Corporate Design Manual weist Ihnen den Weg zu einem stimmigen visuellen Marken-
erscheinungsbild der DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU. Die konsequente Umsetzung
dieser Vorgaben ermöglicht eine einheitliche visuelle Designsprache und schafft so die
Voraussetzung für den hohen Wiedererkennungswert sowie den konsistenten Auftritt einer
starken Destinationsmarke.

Das vorliegende Corporate Design Manual soll einen Überblick über die wesentlichen Anwen-
dungen des visuellen Erscheinungsbildes bieten. Es soll nicht als starres Regelwerk verstanden
werden, sondern Strukturen, Proportionen und Richtlinien des Corporate Designs aufzeigen,
die dann anhand von ausgewählten Beispielen dargestellt und belegt werden.

Konkret bezieht es sich auf den Einsatz und die Verwendung der Logo-Elemente, verwendbaren
Schriften und Schriftschnitte sowie der direkten und ergänzenden Unternehmensfarben.
Bitte beachten Sie, dass eine verbindliche Farbdarstellung in diesem CD Manual (aufgrund ver-
schiedener Monitor-Farbwerte) nicht möglich ist – die verbindlichen Farbangaben für Pantone,
CMYK und RGB finden sie unterhalb der Farbtafeln.

Ansprechpartner für Fragen zum Corporate Design sowie zur Endabstimmung
vor der Publikation in Medien oder der Herstellung von Produkten:

Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH · Tel: +49 (6723) 60 27 20 · tourist@rheingau.com
Wiesbaden Congress & Marketing GmbH · Tel: +49 (611) 17 29-720 · tourismusmarketing@wicm.de

WIESBADEN RHEINGAU



LEISTUNGSTRÄGER

MARKENFAMILIE

Die Marke der Destination
WIESBADEN RHEINGAU wird als
Bestandteil einer Markenfamilie
eingeführt.



DIE WORTMARKE

Die DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU als Verbund starker eigenständiger Marken manifestiert sich in einer **Wort-/Bildmarke** (im Weiteren zur Vereinfachung Wortmarke).

WIESBADEN RHEINGAU zeigt in der typografischen Verschmelzung sowohl die Verbindung als auch den Weg in die gemeinsame Destination.

Das gemeinsame doppelt genutzte, **farblich hervorgehobene „i“** stellt hierbei einen Fokus und einen Zielpunkt dar. Der „i-Punkt“ selbst bildet das Zentrum, das genau zwischen den Ursprungs-orten/Marken liegt.

Außerdem wird die Verbindung zusätzlich durch eine **Ligatur** der Lettern „D“ und „U“ erzielt, durch welche die beiden Marken ineinanderfließen.

Die **groteske Basis-Typo** wurde modifiziert – an prägnanten Stellen wurde sie dezent gerundet, um die Gemeinsamkeit der Destinationen zu betonen und Konstruktives (Stadt) mit Organischem (Landschaft) zu verschmelzen.

EINSATZMÖGLICHKEITEN DER WORTMARKE

Die Wortmarke erscheint in verschiedenen Versionen, um einen flexiblen Einsatz zu ermöglichen:



WIESBADEN
RHEINGAU

1. DAS FREIGESTELLTE LOGO ORIGINAL: Einsatzgebiete sind alle Bereiche, bei denen die Marke vor weißen oder hellen Hintergründen positioniert wird. NICHT erlaubt ist der Einsatz auf dunklen Fotos, Farbflächen oder Grafiken.



WIESBADEN
RHEINGAU

2. DIE INVERTIERTE WORTMARKE IM EMBLEM. Gerade bei unruhigen bzw. belebten Hintergründen wie Fotos oder Illustrationen wird durch das Emblem und die abgesetzte Flagpole ein passender farblicher Schutzraum für das Logo geschaffen. Einsatzgebiete sind beispielsweise Print- oder digitale Medien. Das Emblem kommt immer rechtsbündig am Bild- oder Seitenrand zum Einsatz (Siehe S. 10).



WIESBADEN
RHEINGAU

3. EMBLEM-LOGO FARBVARIANTE. Diese Variante in der farblich invertierten Form darf nur auf dunklen Hintergründen und Fotos eingesetzt werden (siehe Seite 24). Das Emblem kommt immer rechtsbündig am Bild- oder Seitenrand zum Einsatz (Siehe S. 10).



WIESBADEN
RHEINGAU

4. Schwarzweiß-Version. Sollte ein mehrfarbiger Druck nicht möglich sein, wird die Wortmarke in der einfarbigen Variante verwendet. Je nach Hintergrund kommt die freigestellte Version in Schwarz zum Einsatz z. B. für Fax oder Prägungen. Das Logo darf alternativ als einfarbige Variante in der 1. Primärfarbe (petrolblau) eingesetzt werden.



WIESBADEN
RHEINGAU

5. Weißes Logo für die invertierte Darstellung: Diese Variante ist auf Farbflächen oder Fotos mit ruhigen, dunklen Hintergründen einsetzbar.



Abb. 1: Logo mit Schutzraum – der Buchstabe H aus der Wort-Bild-marke dient hier als Maßstab in allen Darstellungsgrößen.



Abb. 2: Wird das Logo neben einem Zweiten platziert, wird mindestens die doppelte Breite des Schutzraumes eingesetzt = 2 x H. Wird das Logo unterhalb eines Zweiten platziert, gilt der Abstand 2 x H.



POSITIONIERUNG UND SICHERHEITSABSTÄNDE

Die vorgegebenen **Schutzräume** sichern die vollständige Darstellung der **Wortmarke** bei der Positionierung des Logos.

Im **Datenpaket** der Logos finden sich zur leichteren Handhabung auch Logo-Dateien mit integriertem Sicherheitsabstand. Die Logo-Dateien tragen den Zusatz „_SA“ im Dateinamen. Bei Unsicherheiten im Umgang oder bei Herausgabe an Dritte sollten stets diese Logo-Daten bevorzugt Verwendung finden.

Wird das Logo neben einem oder mehreren anderen Logos platziert, gilt jeweils der Sicherheitsabstand mit dem Wert 2 x (siehe Abb. 2).



Abb. 1: Emblem-Logo mit Schutzraum – der Buchstabe H aus dem Emblem-Logo dient hier als Maßstab in allen Darstellungsgrößen.

Hinweis: Der Schutzraum (= 3 x H) entspricht bei dem Emblem-Logo dem Sicherheitsabstand zu anderen Logos.



Abb. 2: Emblem-Logo mit Schutzraum und Schnitzzugabe rechts.

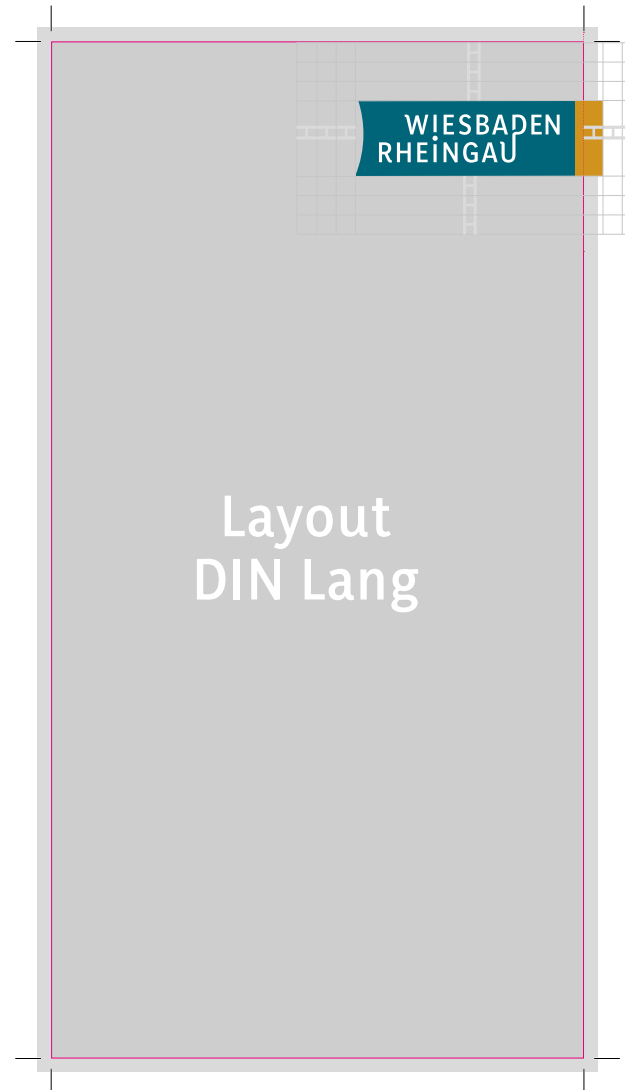


Abb. 3: Beispiel DIN Lang: Der hellgraue Bereich zeigt die Beschnittzugabe. Die Beschnittzugabe des Logos liegt außerhalb der Schnittkontour (pinke Linie).

POSITIONIERUNG UND SICHERHEITSABSTÄNDE

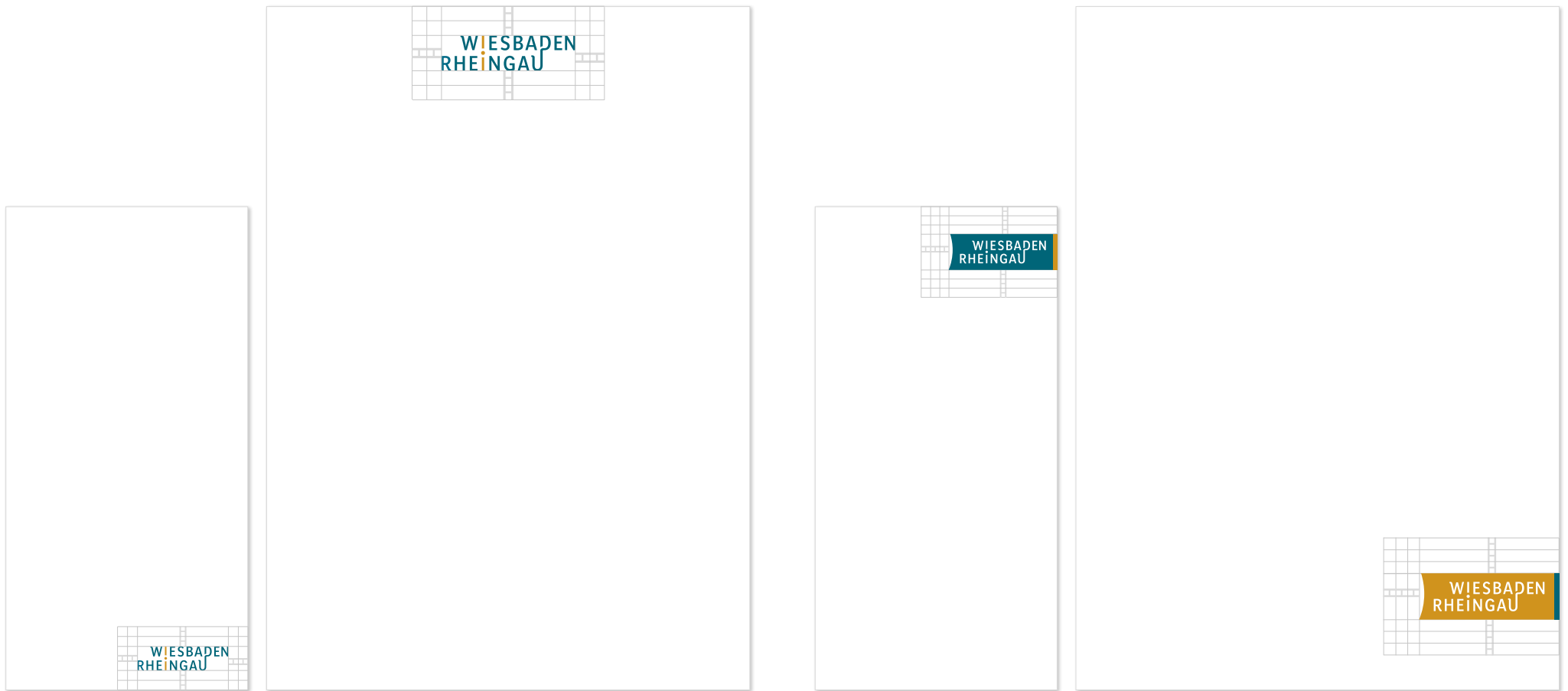
Die vorgegebenen **Schutzräume** sichern die vollständige Darstellung der Wortmarke bei der Positionierung des **Emblem-Logos**.

Im **Datenpaket** der Logos finden sich zur leichten Handhabung auch Logo-Dateien mit integriertem Sicherheitsabstand. Die Logo-Dateien tragen den Zusatz „_SA“ im Dateinamen.

Für das Emblem-Logo finden Sie zusätzlich eine Logo-Datei mit der Endung „_mitBeschnitt“. Hierbei gilt es unbedingt, den richtigen Einsatz zu beachten, sodass der ockerfarbene Streifen stets dieselbe Breite behält (siehe Abb. 3).

Bei Unsicherheiten im Umgang oder bei Herausgabe an Dritte sollten stets diese Logo-Dateien bevorzugt Verwendung finden.

Wird das Logo neben einem oder mehreren anderen Logos platziert, gilt jeweils der Sicherheitsabstand mit dem Wert 3 x H. (siehe Abb. 2).



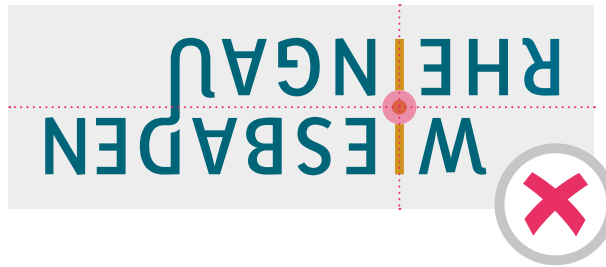
Beispiele für die Logo-Positionierung auf DIN Lang und A4. Ab A4 wird zu A3 und größeren Plakat-Formaten hochskaliert. Das Logo darf oben und unten mittig oder am rechten Rand platziert werden.



Abb. Beispiel WIESBADEN RHEINGAU Logo gerade und waagrecht positioniert



Das Logo NICHT drehen oder stürzen!



Das Logo NICHT spiegeln!



DOS & DON'TS

Das Logo soll prinzipiell in seinem **Original-Winkel** abgebildet werden. Grundsätzlich ist für das Logo eine Mindesthöhe von 6 mm einzuhalten. Abweichungen sind nur nach Rücksprache zulässig, z. B., wenn ein Druckbereich diese Mindestgröße unterschreitet (z. B. Give-Aways).

Das Verändern des Logos in jeglicher Form (z. B. durch Farbe, Verläufe, Effekte, Kippen, Drehen oder Spiegeln) ist nicht zulässig.



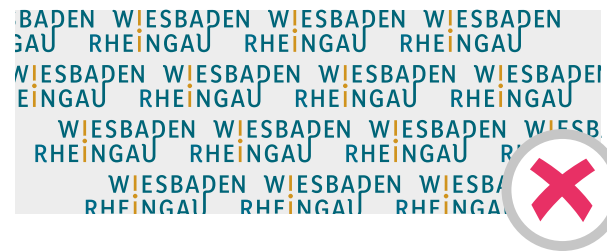
Dem Logo dürfen KEINE zusätzlichen Grafikelemente hinzugefügt werden.



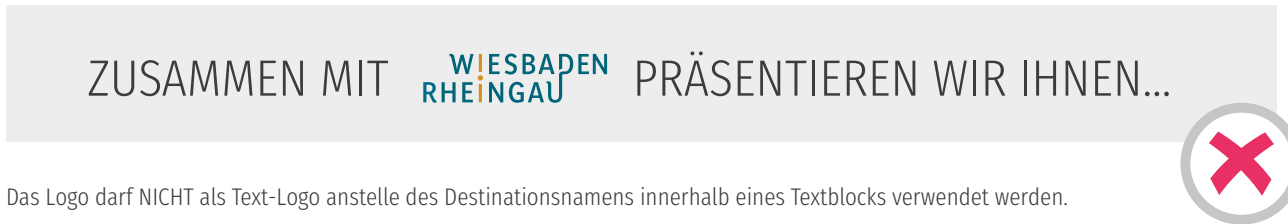
Das Logo darf NICHT umgefärbt werden. Weder in Gänze noch einzelne Bestandteile. Die Farben der Wortmarke dürfen ebenfalls NICHT verändert werden.



Dem Logo dürfen KEINE Effekte hinzugefügt werden (z. B. ein Schlagschatten).



Es dürfen KEINE Muster aus dem Logo generiert werden.



Das Logo darf NICHT als Text-Logo anstelle des Destinationsnamens innerhalb eines Textblocks verwendet werden.



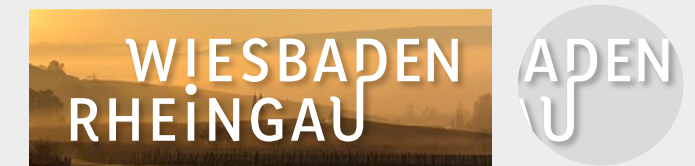
DOS & DON'TS

Das Logo darf in seiner Farbe und Form nicht verändert werden. Modifikationen wie Effekte oder zusätzlich beigestellte Grafikelemente sind nicht erlaubt. Das Logo darf nicht als Muster-Rapport angewandt werden.

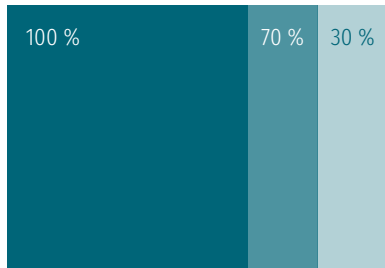
Das Logo darf nicht innerhalb eines Textes anstelle von Typografie eingesetzt werden.

Möglich wäre aber der Einsatz nach einer textlichen Aufzählung, z.B. „IN ZUSAMMENARBEIT MIT/ IN KOOPERATION MIT“. Hier darf das Logo oberhalb, unterhalb aber auch rechts und links als Bilddatei stehen (siehe Abbildungen links unten).

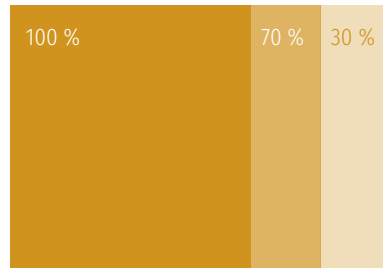
Ausnahme: Wird das Logo in Weiß auf einem dunklen, aber ungleichmäßigen Hintergrund platziert (Beispiel Foto), darf ein sanfter Schatten-Effekt mit einer Deckkraft von bis zu 30 % (100 % schwarz, Effekt multiplizieren, 1 mm Abstand) verwendet werden.



CMYK

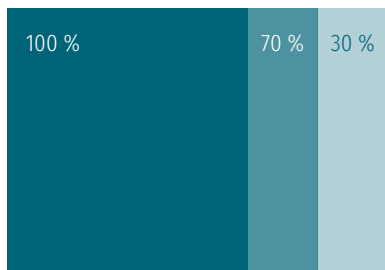


100 C | 14 M | 31 Y | 40 K

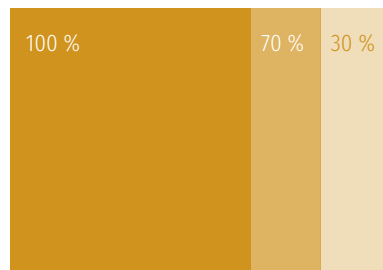


0 C | 37 M | 90 Y | 21 K

RGB



R 0 | G 100 | B 120
#006478



R 208 | G 147 | B 29
#d0931d

Pantone



Pantone 3025



Pantone 125



PRIMÄRFARBEN

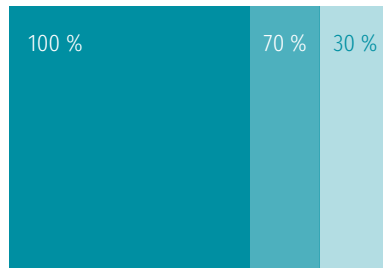
Die Primärfarben der Destination WIESBADEN RHEINGAU bestehen aus dem Ton **Petrol** (CMYK: 100/14/31/40) und dem Ton **Siena Natur** (CMYK: 0/37/90/21).

Beide lassen starke **Assoziationen** mit Bezügen zu Wasser, Himmel, Erde, Stadt und Land zu, ohne auf bunte naturtypische Farbschemata zurückzugreifen.

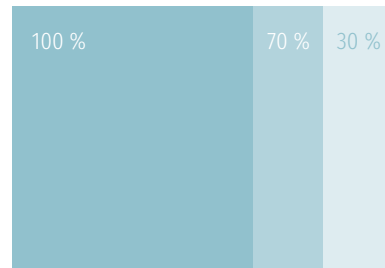
Beide Farben sollen stattdessen in ihrer Anmutung die Farbspektren wiedergeben, die sowohl in den Landschaften des Rheingaus als auch im urbanen Raum der Stadt Wiesbaden zu finden sind.

Die **Primärfarben** der Destination WIESBADEN RHEINGAU werden als visueller Kontrast gesetzt, der einerseits Wärme, Sonne, Licht, Boden, Erdigkeit, Rebenslandschaft, Wald und die Naturatmosphäre aufgreift, andererseits aber auch Frische, Himmel, Kühle, Wasser, Luft und Stadtgefühl.

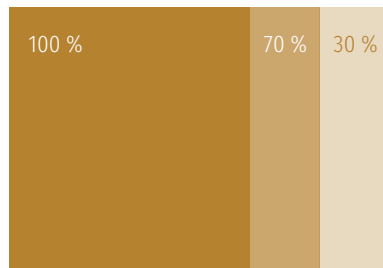
Die Farben dürfen in **Abstufungen (Transparenzen)** eingesetzt werden. Um, je nach Stärke der Transparenz, eine „Vergrauung“ der Farben zu vermeiden, können auf die Sekundärfarben zurückgegriffen werden.



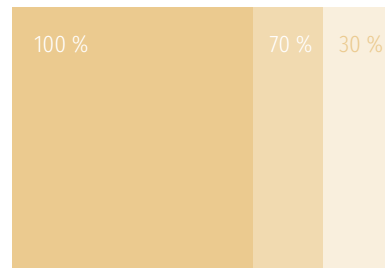
85 C | 15 M | 30 Y | 10 K



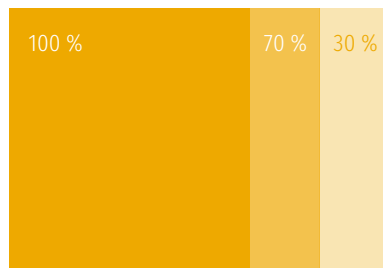
45 C | 7 M | 16 Y | 6 K



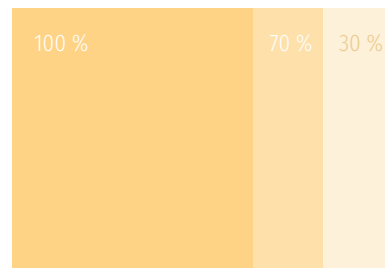
0 C | 37 M | 79 Y | 35 K



0 C | 17 M | 47 Y | 10 K



6 C | 37 M | 100 Y | 0 K



0 C | 20 M | 55 Y | 0 K

SEKUNDÄRFARBEN

Um auch die Vielfalt und Unterschiedlichkeit der beiden Marken in die Gestaltung einfließen zu lassen, können abgetönte **Sekundärfarben** verwendet werden.

Durch diese nachvollziehbare Erweiterung der Palette wird ein größeres Farbspektrum / eine breitere Destinationswelt geschaffen. Zudem kann der Spannungsgrad der Gestaltungselemente erhöht werden.

Diese Sekundärfarben kommen nur in der Supergrafik und den aus ihr erstellten Gestaltungselementen zum Einsatz, als Hintergrund oder Logofarben sind sie nicht zulässig.

Die Sekundärfarben dürfen in zueinander harmonischen **Abstufungen (Transparenzen)** eingesetzt werden.

Yaldevi MEDIUM

[Für Headlines]

KkRr

A B C D E F G H I J K L M

N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m -

n o p q r s t u v w x y z

<https://fonts.google.com/specimen/Yaldevi>

Fira Sans Condensed Book

[Für den Fließtext]

aAgG

A B C D E F G H I J K L M

N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m -

n o p q r s t u v w x y z

HAUSSCHRIFTEN

Als Hausschriften der DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU werden für Headlines die **Yaldevi Medium** und für Copytexte die **Fira Sans Condensed Book** eingesetzt.

Die visuelle Zusammengehörigkeit wird durch den Einsatz der passenden Schriften zur Wortmarke abgerundet.

Beide Schrifttypen harmonieren mit der Typografie der Wortmarke. Der Einsatz der Fira ermöglicht aufgrund des Condensed-Schnittes auch den Satz größerer Textmengen, ohne im Gesamtbild zu schwer zu wirken.

Nicht erlaubt sind Modifikationen der Typo innerhalb der einzelnen Letter-Proportionen sowie Outlines, Schatten oder Farbverläufe, auch von extremen Spationierungswerten soll abgesehen werden.



SUPERGRAFIK

Aus dem gemeinsam genutzten **„i-Punkt“ der Wortmarke** wurde eine Supergrafik entwickelt. Diese visualisiert die Welt der Destination als Fokus mit Landschaftsanmutung und schafft ergänzend ein Element mit starker Eigenständigkeit und hohem Wiedererkennungswert.

Diese Supergrafik wirkt in ihrer sehr konzentrierten Kreisform als Okular in die Atmosphäre der Destination und zitiert Natur in Form der Elemente Wasser , Erde, Luft und Licht.

Die **„i-Punkt“-**Grafik kommt ausschließlich im Hintergrund oder auf Merchandising-Produkten zum Einsatz.



EINSATZ SUPERGRAFIK IM MERCHANDISING

Durch ihren markanten Charakter bietet sich die Supergrafik als Ganzes gerade für die Verwendung bei **Merchandising-Produkten** an.

Mit plakativer Präsenz ergänzt sie die Wortmarke DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU und verstärkt so das Erscheinungsbild der Destinationen auf Bechern, T-Shirts, Taschen und zahlreichen weiteren Artikeln.



Abb. 1a: Siena-SG-LinksOben.pdf



Abb. 1b: Siena-SG-LinksUnten.pdf



Abb. 1c: Siena-SG-Abbinder.pdf



Abb. 1d: Siena-SG-Unten.pdf



Abb. 1e: Siena-SG-Unten-Pastell.pdf



Abb. 2a: Petrol-SG-Oben.pdf



Abb. 2b: Petrol-SG-Oben-Variante.pdf

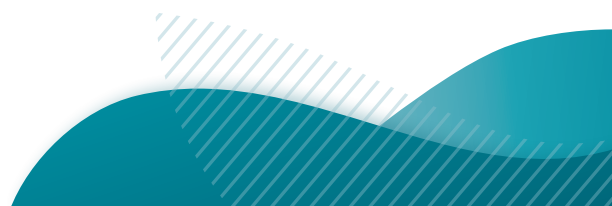


Abb. 2c: Petrol-SG-RechtsUnten.pdf



Abb. 2d: Petrol-SG-Abbinder.pdf



Abb. 2e: Petrol-SG-Unten.pdf



Abb. 2f: Petrol-SG-Unten-Pastell.pdf

Wichtig: Der Einsatz der Pastell-Varianten darf NUR auf weißem Hintergrund eingesetzt werden, siehe das Beispiel der Broschüre der Kulturhistorische Sehenswürdigkeiten.

ELEMENTE DER SUPERGRAFIK

Auf Print-Medien und auf Online-Kanälen werden **Teile der Supergrafik als Gestaltungselemente** als Abbinder für eine höhere Wiedererkennung der DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU eingesetzt.

Die Verwendung des jeweiligen grafischen Teil-Elements richtet sich nach der Farbigkeit des Hintergrundes. Entsprechend dem Hintergrund-Motiv kann es oben, unten oder von der Seite reinkommend positioniert werden.

Die Supergrafik darf beim Einsatz gespiegelt werden, jedoch sollte die Wellenform immer nur waagrecht, niemals senkrecht eingesetzt werden.

Für einen flexiblen Einsatz gibt es eine Auswahl an Format-Varianten und auch Farbton-abstufungen.

Hinweis: Die Elemente dürfen von allen Leistungsträgern und Partnern eingesetzt werden, allerdings immer nur in Verbindung mit der Nutzung der Wortmarke und somit einem direkten Bezug zur Destination Wiesbaden Rheingau.



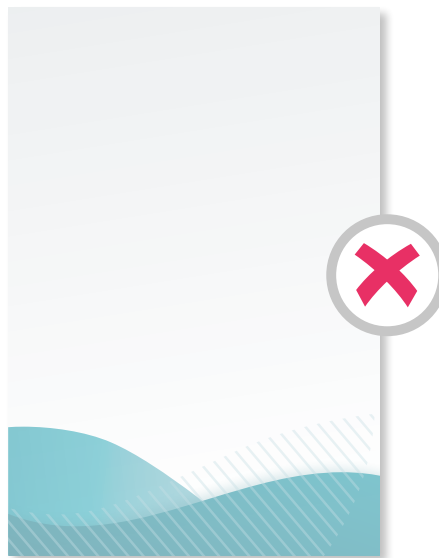
Originaldarstellung

Vertikal gespiegelt

Horizontal gespiegelt



Die Grafiken dürfen NICHT gedreht werden!



Die Grafiken dürfen in ihrer Deckkraft NICHT verändert werden.

DOS & DON'TS DER SUPERGRAFIK

Um eine hohe Flexibilität zu ermöglichen, dürfen die Supergrafiken vertikal oder horizontal gespiegelt zum Einsatz kommen.

Hinweis: Die Elemente dürfen nicht gekippt oder um 90° Grad gedreht werden, eine Transparenz ist nicht zulässig.



Karte DIN Lang

Briefbogen DIN A4



Namensschild



Pressemappe

VORLAGE-MASTERDATEIEN

Im Corporate Design Paket der DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU finden Sie zahlreiche Indesign- und Photoshop-Vorlagen (Masterdateien) für Print- und Webanwendungen.



Notizblock



Roll-up



Powerpoint-Präsentation



EINSATZMÖGLICHKEITEN DER SUPERGRAFIK AUF VERSCHIEDENEN FORMATEN





Beispiel Social-Media-Posts/Web-Banner:

Logo-Emblem in Verbindung mit jeweils einem Teil-Element der Supergrafik

ANWENDUNGEN FÜR DEN SOLO-AUFTRITT DER DESTINATION UND DEN EINSATZ DER SUPERGRAFIK



Um die Wiedererkennung, Prägnanz und Eigenständigkeit zu erhöhen, kann die Wortmarke WIESBADEN RHEINGAU mit jeweils einem Element der Supergrafik kombiniert werden.

Dieses Teil-Element wird am oberen oder unteren Bildrand positioniert und darf nicht mehr als 30 % des Bildes überlagern.



DIN Lang
Logo-Emblem in Kombination mit dem Hessen-Logo und der Supergrafik



DIN Lang
Logo-Emblem ohne Supergrafik

Pocketguide, 70 x 99mm
Logo-Emblem in Kombination mit dem Hessen-Logo und der Supergrafik

ANWENDUNGEN FÜR DEN SOLO-AUFTRITT DER DESTINATION UND DEN EINSATZ DER SUPERGRAFIK



Beim Solo-Auftritt der DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU wird empfohlen das Emblem-Logo auf Flyern und Broschüren mit Foto-Hintergründen einzusetzen.

Um die Wiedererkennung und Eigenständigkeit zu erhöhen, kann das Logo mit einem Element der Supergrafik kombiniert werden. Diese lässt sich oben oder unten am Rand anordnen und darf nicht mehr als 30 % des Bildes überlagern.

Die Elemente der Supergrafik stehen in zwei Farben zur Verfügung und dürfen je nach Fotofarbigkeit passend dazu gewählt werden.



Titel und Introseite

Beispiel für den Einsatz der Supergrafik auf Innenseiten einer gemeinsamen Publikation.



Liebe Leserin, lieber Leser,

sie ist tatsächlich etwas ganz Besonderes, unsere überraschend lässige Schönheit: die Region Wiesbaden Rheingau.

Wilhelminische Prachtbauten aus der Zeit des Historismus, klassizistische Gebäude und Jugendstilelemente zeugen von der glanzvollen Geschichte der hessischen Landeshauptstadt. Gleichzeitig ist Wiesbaden eine entspannte und grüne Stadt voller Lebensgefühl, die immer wieder neugierig macht. 26 gänzlich verschiedene Stadtteile erzählen ihre Geschichte – und ihre Geschichten! Und da ist der Rheingau, Kulturlandschaft auf der Sonnenseite des Flusses, urig, ehrlich, herzlich und verträumt. Burgen, Schlösser, Klostermauern, Städtchen, Dörfer, Kirchenorgeln, dazu Museen und dicht bewachsene Rebhänge: der Rheingau lädt jeden Tag neu dazu ein, ihn lieben zu lernen. Wiesbaden und der Rheingau bilden ein Ensemble, einen Place to be für alle, die Natur, Kultur und Kulinarik erleben möchten – authentisch und nahbar. Für alle, denen Genuss wichtig ist. Respekt vor der Natur und dem, was sie her-schenkt. Respekt vor 1200 Jahren Weinbautradition. Heute hat die Moderne Einzug gehalten – in Bars und Vinotheken, in Bistros und auch in Straußwirtschaften.

Diese Broschüre stellt einige der spannendsten kulturhistorischen Highlights in der Region Wiesbaden Rheingau vor. Sie alle lohnen einen Abstecher – und viele weitere.

Wir sehen uns dort!

Dear Reader,

Flaunting its surprisingly nonchalant beauty, the Wiesbaden Rheingau region is nothing if not special. Magnificent buildings with the characteristic architecture of historicism, classicism and art nouveau style elements testify to the splendid history of the state capital of Hesse. At the same time, Wiesbaden is a relaxed and green city full of life that will make you curious for more. 26 different districts tell their story – and their stories! And there is the Rheingau, the unique natural and cultural landscape on the sunny side of the river, rustic, honest, warm and dreamy. With its castles, palaces, monastery walls, small towns, villages, church organs, museums and densely overgrown vineyards, the Rheingau invites you to fall in love with it every day. Wiesbaden and the Rheingau build an ensemble, a place to be for those who want to experience nature, culture and cuisine – authentic and approachable. For those who feel respect for nature and what it has to offer, or for 1200 years of wine growing tradition. Today, modernity has taken hold – in bars and wine shops, bistros and Strausswirtschaft taverns.

This brochure presents some of the most exciting cultural and historical highlights in the Wiesbaden Rheingau region. They are all worth a detour – and many more.

See you there!



17 Katholische Pfarrkirche St. Peter und Paul

Catholic Parish Church of St Peter and Paul

Das signifikante Wahrzeichen von Hochheim am Main liegt exponiert hoch über dem Main. Der Bau des heutigen Gotteshauses im Barockstil erfolgte 1730–1732. Ab 1775 wurde das Kircheninnere ausgebaut und durch den Donauwörther Barockmaler Johann Baptist Enderle (1725–1798) bemalt. Enderle schuf den kunstgeschichtlich wertvollsten Schatz des Gotteshauses – spätbarocke Fresken im Kirchenschiff und am Hochchor sowie an den Emporenbrüstungen. Deren Hauptmotive zeigen die Geißelung von Petrus und Paulus, die Kreuzigung des Petrus sowie Petrus und Paulus in Rom und den Abschied der Apostel vor dem Ostia-Tor. In den 1950er Jahren wurden sie unsachgemäß behandelt und in Teilen zerstört. Doch entgegen negativer Prognosen der Fachwelt konnten die wertvollen Arbeiten in einem aufwändigen Restaurierungsprozess von 1999 bis 2005 vollständig saniert werden und erstrahlen in ihrer ursprünglichen Farbpracht. Das Mittelstück des Hochaltars zeigt das Ölgemälde „Das Heilige Abendmahl“, eingerahmt von Statuen der beiden Namenspaten von St. Peter und Paul.

Hochheim am Main's most significant landmark sits in an exposed location high above the Main. Today's Baroque church was built between 1730 and 1732. The interior was upgraded in 1775 and decorated by the Donauwörther Baroque painter, Johann Baptist Enderle (1725–1798). Enderle created the church's most valuable treasure in terms of art history – late-Baroque frescoes in the nave and on the upper choir stalls, as well as on the galleries. Their main motifs show the flagellation of Peter and Paul, the crucifixion of Peter, as well as Peter and Paul in Rome and the apostles' farewell in front of the Ostia Gate. During the 1950s, these were carelessly handled and partially destroyed. But contrary to negative expert predictions, these valuable works were completely renovated during an extensive restoration process from 1999 to 2005 and have been returned to their original splendour. The centre of the high altar features an oil painting of 'The Holy Communion', flanked by statues of the two patron saints, Saints Peter and Paul.

INFO	
St. Peter und Paul Hintergasse 62 65239 Hochheim am Main	Tel.: +49 6146 900333 tourismus@hochheim.de www.hochheim-tourismus.de

Ca. 14 km
Approx. 14 km

18 Königin-Victoria-Denkmal

Queen Victoria Memorial

Das sieben Meter hohe Königin-Victoria-Denkmal in den Weinbergen von Hochheim am Main wurde im Gedenken an den Besuch der britischen Regentin 1845 errichtet. Queen Victoria und ihr Gatte Prinz Albert hatten 1845 eine ausgiebige Rheinreise unternommen. Neun Jahre später, nämlich am 24. Mai 1854 enthüllte der stolze Hochheimer Winzer das in seiner Bauweise schlichte Denkmal inmitten seiner 5 ha großen Rebhänge. Bis heute thront es als Wahrzeichen der weltberühmten Lage zwischen den Reben. Bis zum 200. Geburtstag von Königin Victoria 2020 wurde das Monument aufwändig renoviert. Die Überlieferung sagt übrigens, Ihre Majestät habe den Hochheimer, den sie „Hock“ nannte, sehr geschätzt – nicht zuletzt wegen seiner heilenden Wirkung. Der Spruch „A hock a day keeps the doctor away“ wird ihr zugeschrieben. Tipp: Wer mag, kann unter „rheinsche-geschichte.lvr.de“ einen amüsanten Artikel über Victorias Rheinreise im Spiegel der Medien lesen.

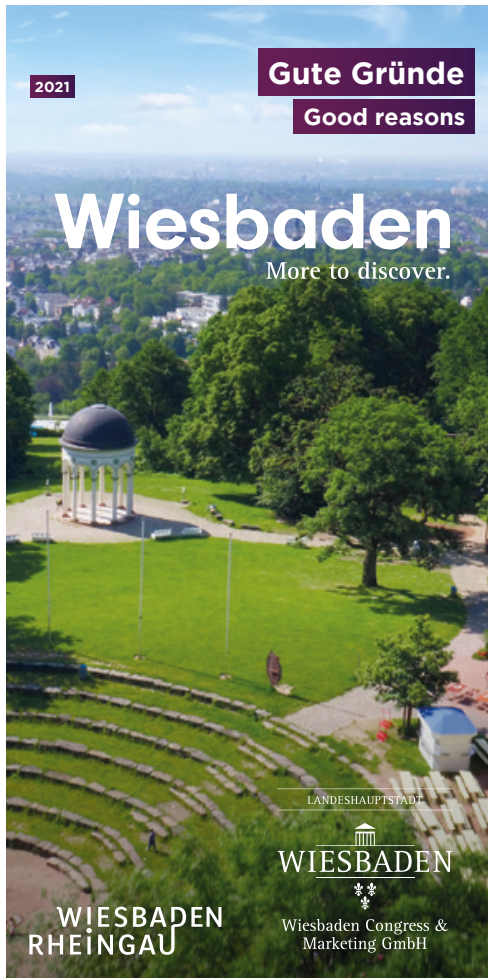
The seven-metre-high Queen Victoria Memorial in Hochheim am Main's vineyards was built to commemorate the British monarch's visit in 1845. Queen Victoria and her husband, Prince Albert, undertook an extensive journey along the Rhine in 1845. Nine years later, on 24 May 1854, the proud Hochheim vintner unveiled the simply designed monument in the middle of his 5 ha estate. To this day, it stands between the vines to mark this world-famous location. The monument was extensively renovated for Queen Victoria's 200th birthday in 2020. Moreover, tradition has it that Her Majesty held Hochheim wine, which she called 'Hock', in great esteem – not least because of its healing properties. The saying 'A hock a day keeps the doctor away' is attributed to her. Tip: visit rheinsche-geschichte.lvr.de to read an amusing article about Victoria's Rhine tour as seen by the media

INFO	
Königin-Victoria-Denkmal In den Weinbergen 65239 Hochheim am Main	Tel.: +49 6146 900333 tourismus@hochheim.de www.hochheim-tourismus.de

Ca. 14 km
Approx. 14 km

DIN Lang Innenseiten

Beispiel für den Einsatz der Supergrafik auf
Innenseiten einer gemeinsamen Publikation.



DIN lang



DIN A4



Beispiel: Der Abstand zum Logo von Wiesbaden Congress & Marketing GmbH liegt über dem Minimum von 2 x H-Länge der Darstellungsgröße.

ANWENDUNGEN FÜR DEN KOMBINIERTEN ABSENDERBEREICH:

 Wiesbaden Rheingau + Wiesbaden

Präsentiert sich die DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU mit Wiesbaden, steht das Destinations-Logo gemäß den geltenden Vorgaben der WICM GmbH.

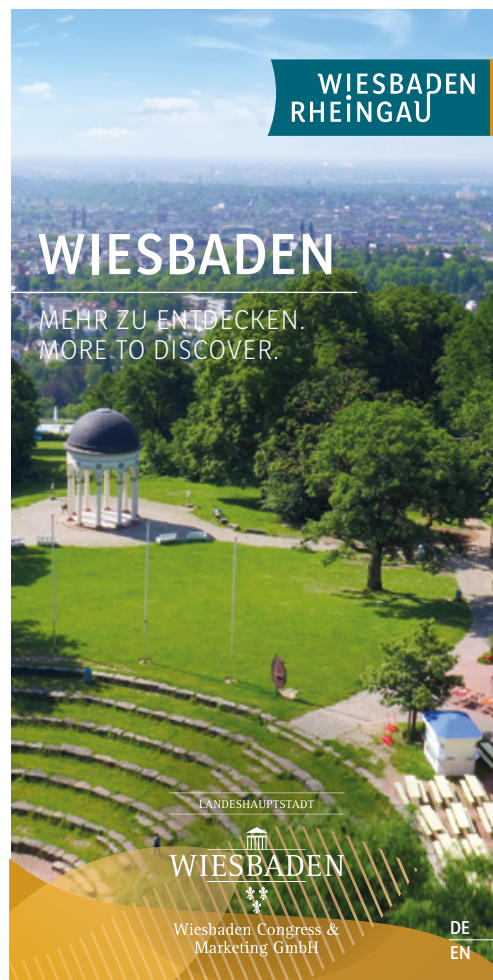
Beim A4-Format werden die Logos nebeneinander mittig angeordnet.

Hinweis: Das Destinationslogo WIESBADEN RHEINGAU darf nicht über oder unter einem Partner-Logo positioniert werden. Eine Ausnahme erfolgt nur, wenn sich die Logos in ihrer Mindest-Darstellungsgröße nicht mit ausreichend Abstand nebeneinander positionieren lassen.

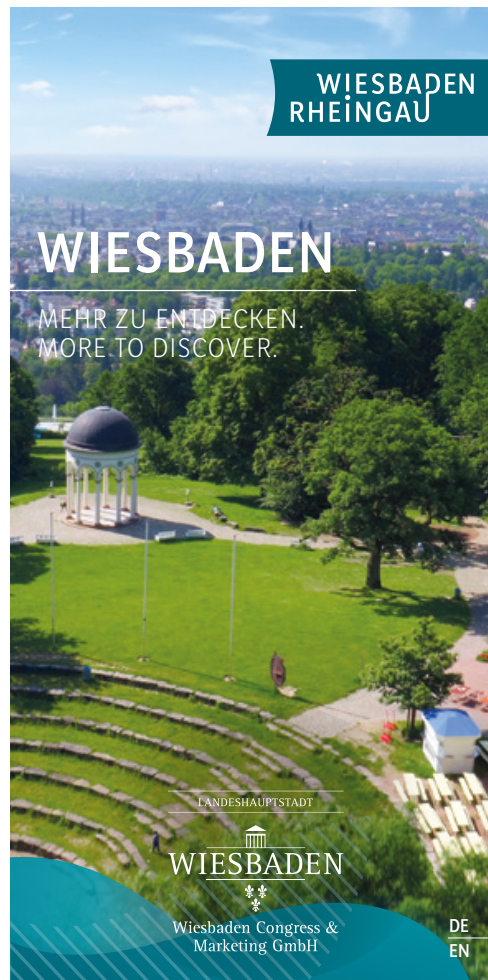
MÖGLICHER EINSATZ IM CD VON WIESBADEN RHEINGAU (BEI KOMBINIERTEN ABSENDERBEREICH)

 Wiesbaden Rheingau + Wiesbaden

Zur Stärkung der gemeinsamen Ausrichtung dürfen die Corporate Design Elemente der DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU auch bei den einzelnen Partner eingesetzt werden.



DIN lang



DIN lang

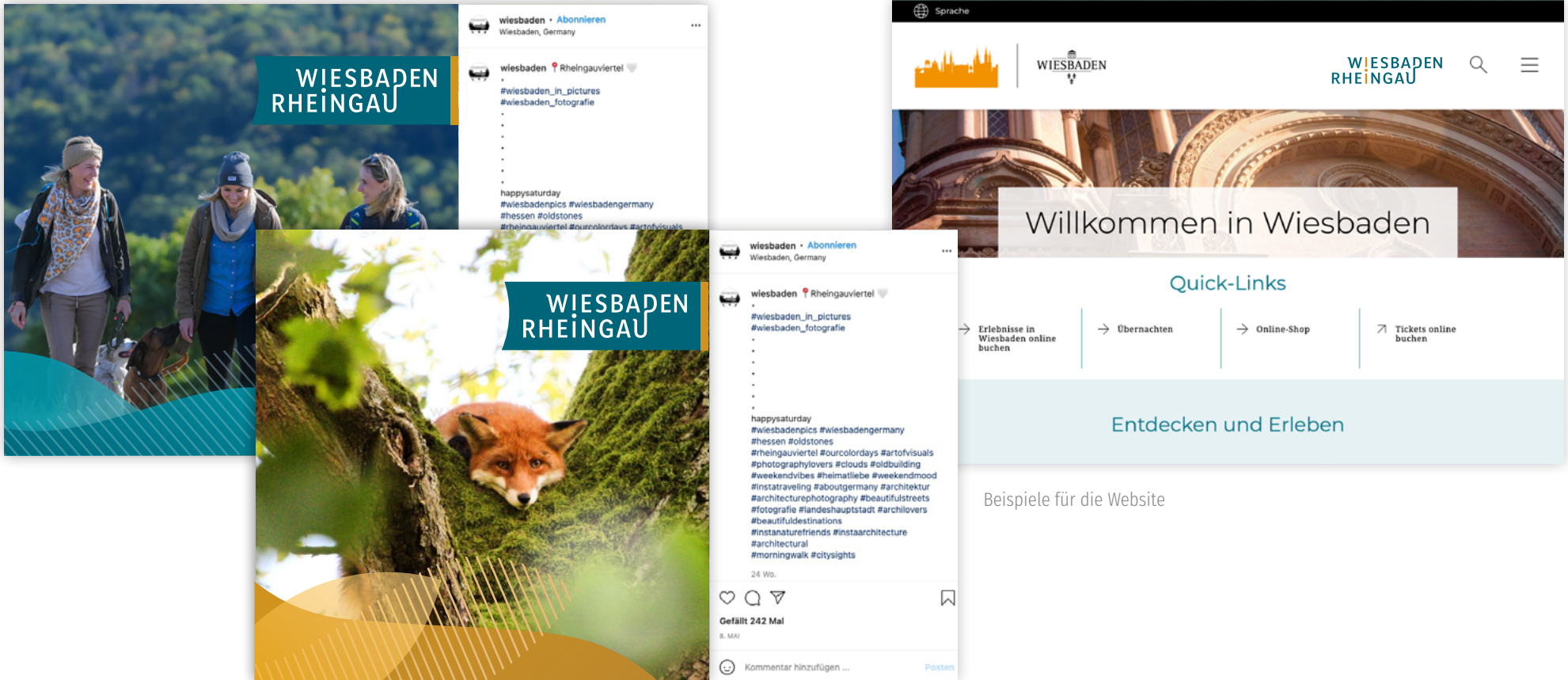


DIN A4

MÖGLICHER EINSATZ DES CD VON WIESBADEN RHEINGAU (BEI KOMBINIERTEN ABSENDERBEREICH)

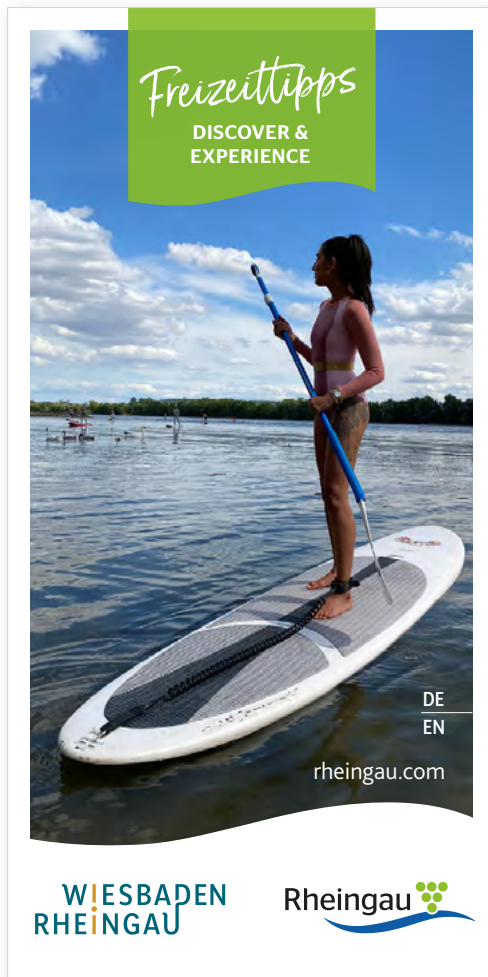
📍 Wiesbaden Rheingau + Wiesbaden

Beispiele für Webseiten und auf Sozialen Netzwerken



Beispiele für die Website

Beispiele für Instagram-Post



DIN lang



DIN A4

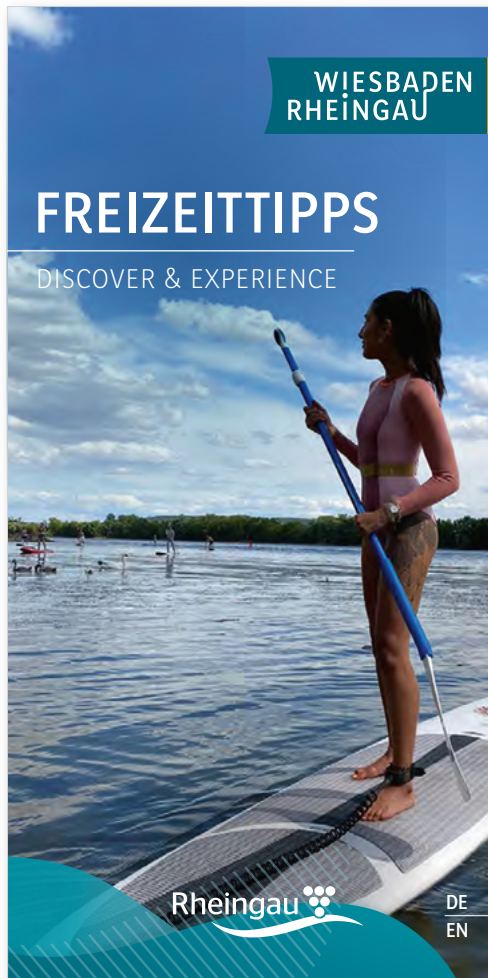
ANWENDUNGEN FÜR DEN KOMBINIERTEN ABSENDERBEREICH:

📍 Wiesbaden Rheingau + Rheingau

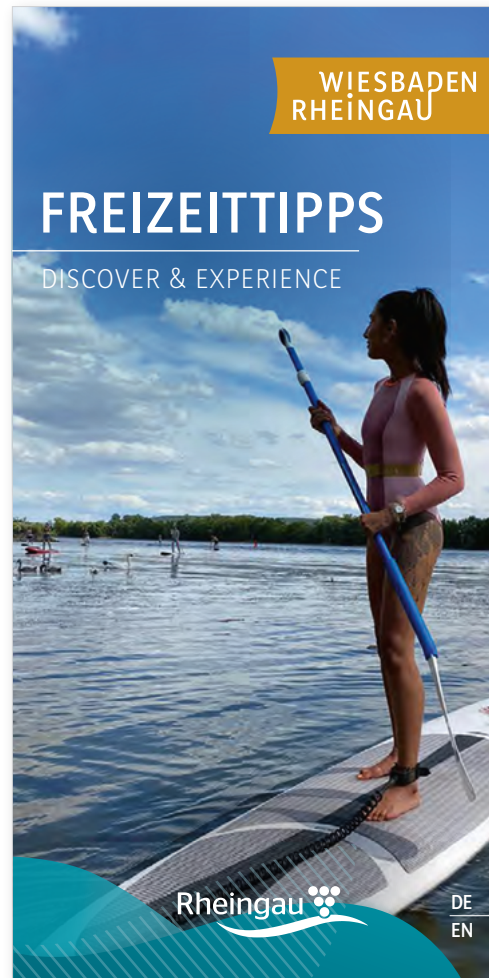
Präsentiert sich die Marke WIESBADEN RHEINGAU mit dem Rheingau, steht das Logo gemäß den geltenden Vorgaben des Marken-Manuals Rheingau.

In der Regel wird das Destinationslogo links neben dem Rheingau-Logo platziert.

Hinweis: Das Destinationslogo WIESBADEN RHEINGAU darf nicht über oder unter einem Partner-Logo positioniert werden. Eine Ausnahme erfolgt nur, wenn sich die Logos in ihrer Mindest-Darstellungsgröße nicht mit ausreichend Abstand nebeneinander positionieren lassen.



DIN lang

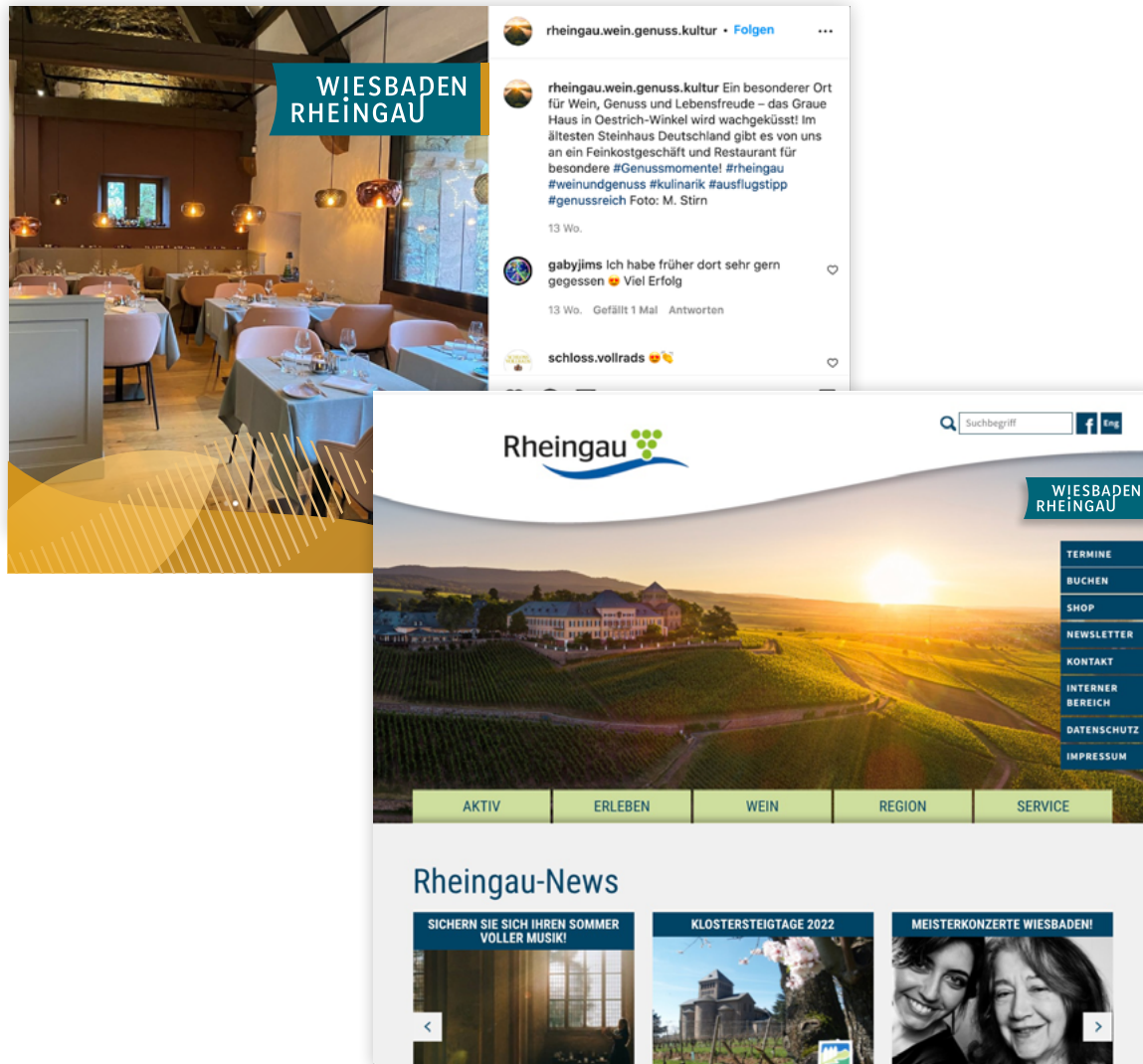


DIN lang

MÖGLICHER EINSATZ IM CD VON WIESBADEN RHEINGAU

 Wiesbaden Rheingau + Rheingau

Zur Stärkung der gemeinsamen
Ausrichtung dürfen die CD-Elemente von
WIESBADEN RHEINGAU auch bei den
einzelnen Partner eingesetzt werden.



MÖGLICHER EINSATZ IM CD VON WIESBADEN RHEINGAU

📍 Wiesbaden Rheingau + Rheingau

Beispiele für Webseiten und auf Sozialen Netzwerken



ANWENDUNGEN FÜR DEN KOMBINIERTEN ABSENDER-BEREICH MIT EINER KOMMUNE ODER EINEM LEISTUNGSTRÄGER

 Wiesbaden Rheingau + Rheingau + Eltville

Präsentiert sich die DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU mit einem Partner oder einer Kommune steht das Destinations-Logo WIESBADEN RHEINGAU regulär links neben dem Partner-Logo. Ist dies aufgrund der Mindest-Darstellungsgröße nicht möglich, tritt folgende Ausnahme in Kraft:

Ausnahme: Lassen sich die Logos in ihrer kleinsten Darstellungsgröße nicht mit genug Abstand nebeneinander positionieren, ist die senkrechte Positionierung untereinander zulässig.



DIN lang Titel mit eigener Schmuckschrift



DIN lang Titel mit CD-Schrift



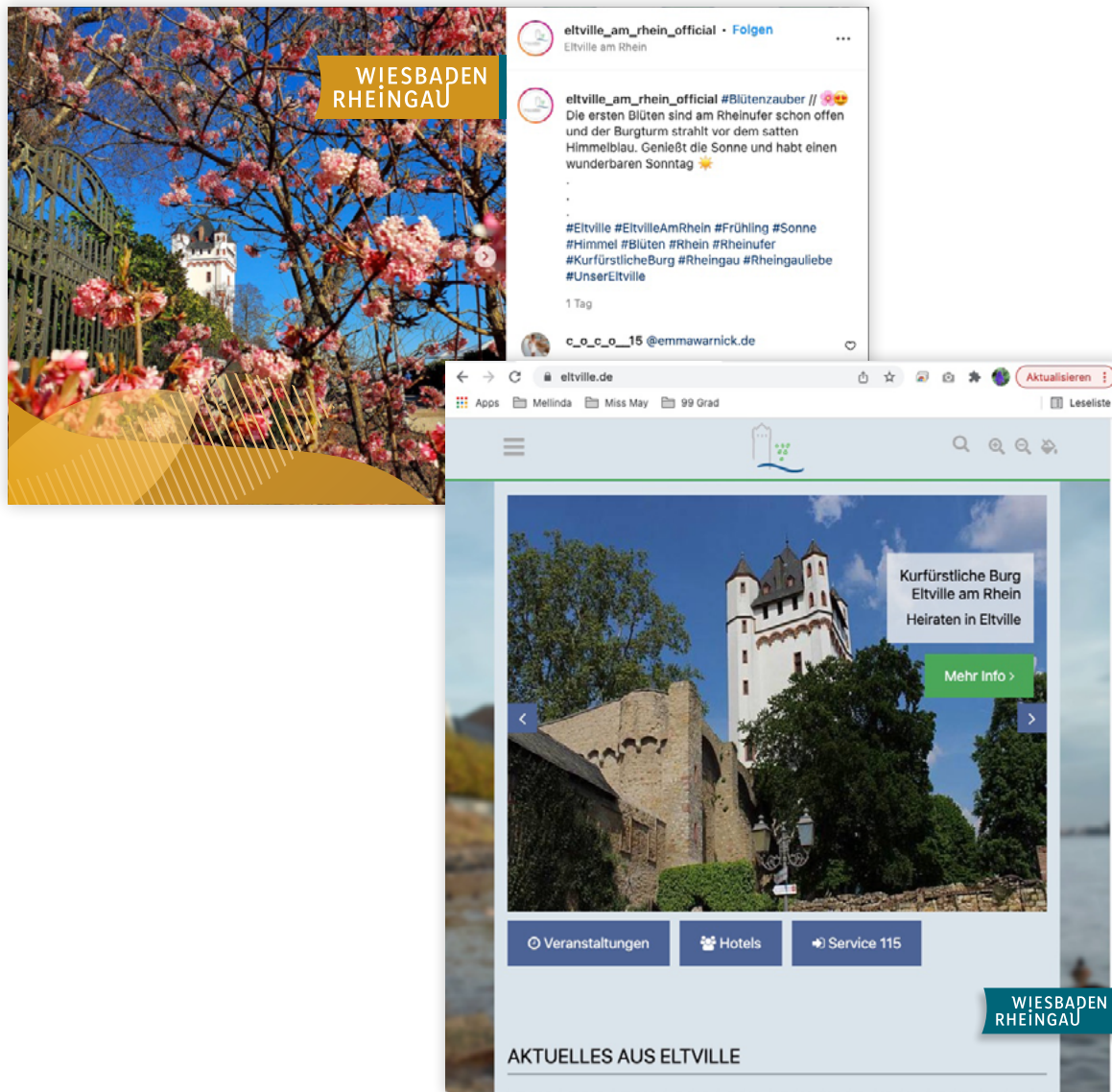
DIN lang Titel mit CD-Schrift

VORSCHLAG FÜR DIE PARTNER-SCHAFTLICHE NUTZUNG

 Wiesbaden Rheingau + Rheingau + Eltville

Auch Kommunen und Leistungsträger dürfen das CD der Destination Wiesbaden Rheingau für eigene Publikationen verwenden, um die gemeinsame Ausrichtung zu stärken.

Hierbei können ebenfalls die Hausschriften eingesetzt werden, aber bei einer anderen thematischen Wirkung dürfen auch eigene Schmuckschriften der Partner weiter verwendet werden.



MÖGLICHER EINSATZ IM CD VON WIESBADEN RHEINGAU

 Wiesbaden Rheingau + Eltville

Beispiele für Websites und
auf Sozialen Netzwerken



Beispiele für die Bildsprache der High-Key-Fotografie



BILDSPRACHE IMAGEBILDER

Die DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU verbindet höchste Gastgeber-Kompetenz mit authentischer, nahbarer und fröhlicher Geselligkeit. Um beides in einer gemeinsamen Bildsprache zu verwirklichen, bedienen wir uns zweier Bildsprachen, die diese beiden Eigenschaften perfekt kombinieren:

1. Emotionale Fotografie mit Schärfen/Unschärfen sowie starken Licht-Situationen (Gegenlicht, warmes Abendlicht) – um durch die entstehende Atmosphäre die eine hohe Qualität der Gastgeber-Kompetenz der Destinationen zu untermauern. Vor allem bei Print-Produkten und beim Webaufttritt (Header) kommt die Art dieser Fotografie zum Einsatz.



BILDSPRACHE REDAKTIONELL

2. „Schnappschüsse“ schaffen eine Authentizität, die die DESTINATION WIESBADEN RHEINGAU sympathisch und nahbar macht. Solche Schnappschüsse sind ideal in redaktionellen Zusammenhängen nutzbar (z. B. zur Dokumentation von Festen und Feiern). Diese Bildsprache kommt hauptsächlich in den digitalen Medien und bei Social Media zum Einsatz.

Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH

Rheinweg 30
65375 Oestrich-Winkel
Tel.: +49 (6723) 60 27 20
tourist@rheingau.com
www.rheingau.com

Wiesbaden Congress & Marketing GmbH

Friedrichstraße 6
65185 Wiesbaden
Tel: +49 (611) 17 29-720
info@wicm.de
www.wicm.de