Ötztal. Der Höhepunkt Tirols.

Die Wurzeln einer Marke, ihre Herkunft, sagen viel über das Produkt aus. Umso mehr, wenn es sich um eine Urlaubsdestination handelt. Unser Leistungsversprechen heißt „Lebensenergie".

LEBENSENERGIE, darunter verstehen wir Spaß am Leben, Gesundheit, Natur, Wasser, aber auch positiv denken.
LEBENSENERGIE, das strahlen wir aus in unserer Arbeit, darauf achten wir.
LEBENSENERGIE, finden unsere Gäste im Ötztal, sie nehmen sie mit nach Hause.

Unser Leitsatz:

Unsere Gäste erleben Höhepunkte, kommen hier ihren Träumen näher, sie können stark sein, ihr Interesse für Neues ausleben und den Urlaub im Ötztal als Energiespender sehen, als Quelle für frische Kraft und Lebensfreude. Urlaub zwischen Anspannung und Entspannung.

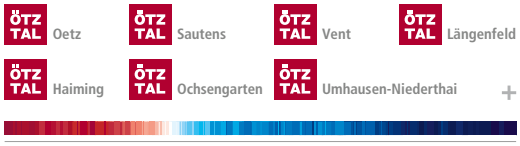
Markenarchitektur

MARKENLOGOS MIT DEM ÖTZTAL-BAND

DAS ÖTZTAL-LOGO-BAND

ORTSVERBUND MIT DEM ÖTZTAL-BAND

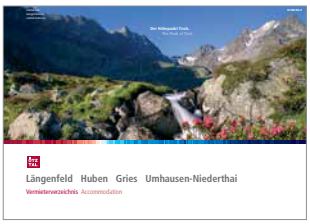
DIE ORTE DES ÖTZTALS MIT DEM ÖTZTAL-BAND



Das Ötztal Logoband

ÖTZTAL-LOGO-BAND
IMMER FORMATFÜLLEND
EINZUSETZEN

ÖTZTAL MARKEN LOGO +
ÖTZTAL-BAND:
1/3 IM VERHÄLTNIS ZUM ÖTZTAL
MARKENLOGO



Schreibweisen

TELEFON- UND FAXNUMMERN

Schreibweise von Telefon- und Faxnummern:
T +43 (0) 57200 123

- DURCHWAHLEN WERDEN MIT EINEM LEERZEICHEN GETRENNT
- NUMMERN WERDEN IN EINEM STÜCK GESCHRIEBEN
- „0" DER ORTSVORWAHL IN KLAMMER, VORHER UND NACHHER EIN LEERZEICHEN
- IMMER LÄNDERCODE FÜR ÖSTERREICH „+43" MIT ANGEBEN (MIT NUR EINEM „+")

ADRESSEN

ÖTZTAL TOURISMUS 6450 Sölden Austria T +43 (0) 57200

Die verschiedenen Einheiten werden durch ein doppeltes Leerzeichen getrennt (Ort und Austria, Telefon und Fax, E-Mail und Internetadresse)

INTERNATIONALE SPRACHKÜRZEL

Deutsch	**D**
Englisch	**EN**
Niederländisch	**NL**
Russisch	**RUS**

PREISE

€ 4,00 oder € 145,00 oder € 1.456,00 oder € 14.568,00

Bei fremdsprachigen Drucksorten gelten natürlich die jeweiligen grammatikalischen Regeln.

DATEN UND ZEITEN

01.01. – 09.02.2009 oder 14.11.2009 – 20.12.2009
8.00 Uhr oder 9.00 – 13.30 Uhr

HÖHEN- UND LÄNGENANGABEN

50 m oder 305 m oder 3.774 m

Bei Höhen- oder Längenangaben ist es wichtig, dass zwischen der Zahl und der Maßeinheit ein Leerzeichen gesetzt wird.

Farben

PRIMÄRFARBEN

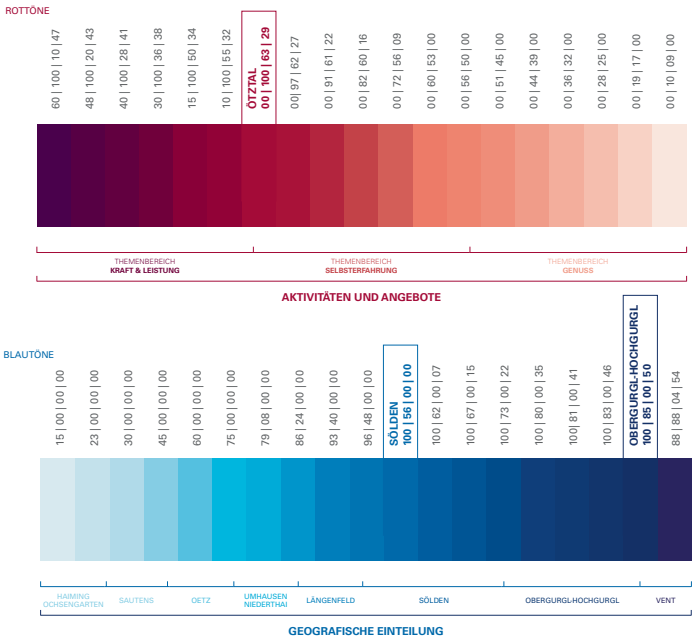
ÖTZTAL
PANTONE COATED 201 C
CMYK 0 | 100 | 63 | 29
RGB 120 | 6 | 37

SÖLDEN
PANTONE COATED 300 C
CMYK 100 | 56 | 0 | 0
RGB 41 | 84 | 154

OBERGURGL-HOCHGURGL
PANTONE COATED 2758 C
CMYK 100 | 85 | 0 | 50
RGB 21 | 24 | 71

ZUSATZFARBE
GRAU
CMYK 0 | 0 | 0 | 70
RGB 79 | 79 | 80

SEKUNDÄR FARBEN



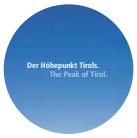
Claim

DER CLAIM **Ötztal. Der Höhepunkt Tirols.**

CLAIM ÜBERSETZUNG

Deutsch	**Der Höhepunkt Tirols.**
Englisch	**The Peak of Tirol.**
Niederländisch	**Het hoogtepunt van Tirol.**
Russisch	**Вершина Тироля.**

ZWEISPRACHIGE CLAIMS Auf zweisprachigen Drucksorten wird auch der Claim in beiden Sprachen gesetzt. Dabei wird der Claim der zweiten Sprache nach rechts versetzt unterhalb des ersten Claims positioniert. Zudem wird die Deckkraft auf 60 % reduziert, sodass der zweite Claim durch die Transparenz etwas in den Hintergrund tritt. Die Regelungen für die Platzierung bleiben unverändert.



POSITIONIERUNG Die Positionierung des Claims in Bildern richtet sich sinngemäß an dem abgebildeten Höhepunkt aus.

Die Bildsprache

Bilder sind ein wesentliches, emotionales Element eines ganzheitlichen Markenauftritts. Umso wichtiger ist es, dass die Bilder einen markenspezifischen Ausdruck besitzen und zur Einzigartigkeit und Wiedererkennbarkeit der Marke beitragen.

DER HÖHEPUNKT TIROLS. Der Marken-Claim „**Ötztal. Der Höhepunkt Tirols.**“ definiert die Grundtonalität und -anmutung der Bilder. Das heißt, in Imagebildern wird immer wieder neu der Höhepunkt Tirols thematisiert. Das kann zum einen der strahlend blaue Himmel über den verschneiten Ötztaler Alpen sein, genauso wie der Sprung in den Piburger See an einem heißen Sommertag.

Der Bildstil, der für das Ötztal steht, ist einfach und klar. Es werden natürliche Landschaften, atemberaubende Bergpanoramen und sympathische Personen gezeigt. Keine gestellten oder inszenierten Situationen, keine gestylten Models, sondern Menschen „wie du und ich“. Wenn Personen gezeigt werden, dann immer in einer natürlichen Situation und Umgebung.

Die Personen posieren nicht für den Betrachter, sondern der Betrachter nimmt eine beobachtende Position ein. Dadurch verklären oder idealisieren die Bilder nicht, sondern zeigen ein Stück wahres Ötztal.

Natur- und Landschaftsbilder sollten immer eine natürliche Horizontlinie haben. Das bedeutet, die Bilder sollten stets einen gewissen Himmelsanteil aufweisen.

WIDI

EINLEITUNG

Das Ötztal hat nun ein Maskottchen! Es soll dazu dienen, besonders kinderfreundliche Betriebe, sowie Attraktionen und Highlights kindgerecht bewerben zu können. Grundsätzlich steht das Maskottchen allen lizenzierten Partnern zur Verfügung und kann von diesen frei verwendet werden.

Die genauen WIDI Guidelines finden Sie im Booklet für Lizenzbetriebe.

Wichtige Informationen

FOTOGRAFEN

Alexander Lohmann	T +43 (0) 676 5555572	office@babile.com	www.babile.com
Alois Gufler	T +43 (0) 5253 5171	gufler.alois@aon.at	www.oetztaler-fotostudio.at
Anton Klocker	T +43 (0) 5253 59933	info@kdgs.at	www.kdgs.at
Elias Holzknecht	T +43 (0) 664 1236921	holzknecht.elias@gmail.com	www.elias-holzknecht.at
Isidor Nösig	T +43 (0) 664 3805263	info@foto-noesig.at	www.foto-noesig.at
Rudi Wyhlidal	T +43 (0) 699 11276186	rudi-wyhlidal@lpd.at	www.rudiwyhlidal.com

BEI FRAGEN ODER UNKLARHEITEN STEHEN WIR IHNEN GERNE ZUR VERFÜGUNG:

ÖTZTAL TOURISMUS
Abteilung Werbung/Marketing
Gemeindestraße 4 6450 Sölden Austria
T +43 (0) 57200 220 F +43 (0) 57200 201

Ötztal Tourismus stellt gerne Bildmaterial und Logos zu diversen touristischen Angeboten/Themen des Ötztals unseren Mitgliedern kostenlos zur Verfügung (bei Nicht-kommerzieller Verwendung). Bitte setzen Sie sich mit uns in Verbindung.