

ERFRISCHENDES

# Weinviertel

Corporate Design – Stand April 2021

WEINVIERTEL.AT

# Content

1.

Logo, Typografie, Farben,  
Papier, Illustration, Störer

2.

Fotografie & Farbkonzept,  
Bildbearbeitung

3.

Layout Spezifikationen,  
Anwendungen

## LOGO – DACHMARKE

LOGO- UND SCHRIFTFARBE DÜRFEN JE NACH HINTERGRUND  
BEIDE IN WEISS ODER LEITFARBE ORANGE GESETZT SEIN.

Alle Logos sind in CMYK, RGB, Schwarz und  
Weiß in den folgenden Formaten erhältlich:

\_EPS  
\_PDF  
\_PNG

Das Logo wird auf Titelseiten, Inseraten und  
anderen Werbeflächen grundsätzlich rechts  
oben platziert.



### Zweizeilige Variante:

Für extreme Hochformate

Diese Variante kommt zum Einsatz wenn der  
Platz für das einzeilige Logo nicht ausreicht.  
Dies ist z. B. bei allen Formaten der Fall, die  
kleiner als 100 mm sind.



## LOGO - SUBREGIONEN

RETZER LAND

*im Weinviertel*

ZELLERNDORF

*im Weinviertel*

MARCHFELD

*im Weinviertel*

FALKENSTEIN

*im Weinviertel*

LAND UM LAÄ

*im Weinviertel*

AUERSTHAL

*im Weinviertel*

*Weinviertel*  
DONAURAUM

THERME LAÄ

*im Weinviertel*

WEINSTRASSE

*Weinviertel*

KORNEUBURG

*im Weinviertel*

### Submarken- und Gemeinde-Logos

bestehen immer aus dem Namen bzw. Ortsnamen in Großbuchstaben (Fresco Sans Pro Normal) und dem Handschriftzug ›im Weinviertel‹.

Alle Logos sind in CMYK, RGB und Schwarz (1c) in den folgenden Formaten erhältlich:

- \_ EPS
- \_ PDF
- \_ PNG

Das Logo wird auf Titelseiten, Inseraten und anderen Werbeflächen grundsätzlich rechts oben platziert.

- \_ Mindesthöhe für A4: 12 mm
- \_ das Logo muss sich immer ausreichend vom Untergrund abheben



## TYPOGRAFIE – RANDO DISPLAY

RANDO DISPLAY WIRD FÜR HAUPTTITEL (TEXTBLOCK LAUT MANUAL),  
ÜBERSCHRIFTEN, SOWIE LEAD-TEXTSTELLEN AUF INNENSEITEN EINGESETZT.

**Rando is a  
contemporary  
homage to  
German roman-  
esque typefaces  
from the late  
19<sup>th</sup>/early 20<sup>th</sup>  
century.**

DESIGNED BY MAURICE GÖLDNER

### Character Set

#### Uppercase

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

#### Lowercase

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

#### Ligatures

fi fl ff fj fb fh fk ft tf tt  
ffi ffl ffj ffb ffh ffk fft

#### Lining Figures and Valuta

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¤ \$ € ¥ £ ¢  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¤ \$ € ¥ £ ¢

#### Old Style Figures

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

#### Punctuation and Various

, . : ; ! ? , , - - - • • \_ | ! † ‡ ( ) [ ] { } / \  
, , “ ” < > « » ‘ ’ \* ° ¶ § & @ ™ ¤ © ®  
№ ℓ € % ‰

#### Mathematical Signs

+ − × ÷ = < > ± ≤ ≥ ≠ ¬ ^ ~ ≈ ∞ #  
√ ∕ Δ Ω Σ ∂ ∫ ∏ ∐ μ

## TYPOGRAFIE – GRÄBENBACH

GRÄBENBACH WIRD ALLGEMEIN FÜR DEN FLIESSTEXT SOWIE  
KLEINERE HEADLINES (TEXTBLOCK LAUT MANUAL) EINGESETZT.

Gräbenbach is inspired by early grotesque typefaces and borrows details from brush painted signs. The typeface combines the sharpness of the digital design process with the warmth of hand drawn type. Gräbenbach consists of four weights in roman and italic, accompanied by five monospaced weights.

DESIGNED BY WOLFGANG SCHWÄRZLER

### Character Set

#### Uppercase

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

#### Lowercase

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

#### Ligatures

fi fl ff fj fb fh fk ft tf tt fä fö fü  
ffi ffl ffjffb ffh ffk fft ffä ffö ffü

#### Lining Figures and Valuta

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¤ \$ € ¥ £ f ¢  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¤ \$ € ¥ £ f ¢

#### Punctuation and Various

, . : ; ! ? i ð --- · · \_ | ! + # ( ) [ ] { } / \  
, , “ ” ‘ ’ < > « » ‘ ’ \* ° ¶ § & @ ™ ª º © ®  
№ ℓ € % ‰

#### Mathematical Signs

+ − × ÷ = < > ± ≤ ≥ ≠ ¬ ^ ~ ≈ ∞ #  
√ ∄ Δ Ω Σ ∂ ∫ ∏ π μ

#### Case Sensitive Forms

i ð --- · · ( ) [ ] { } + − ÷ = < > ± ≤ ≥ ≠ ~ ≈ ∞

## TYPOGRAFIE – WEINVIERTEL

**DIE WEINVIERTEL SCHRIFT KANN FÜR STÖRER, AKZENTE UND  
UNTERÜBERSCHRIFTEN AUF DEN INNENSEITEN VERWERNDET WERDEN.**

## Großbuchstaben mit Varianten

AAABBBCCCCDDDEEEFFFFGGGHHJJJ  
JJJKKKLLLMNNNOOPPQQQ  
RRRSSSTTTUUUVVWWWWXXXYYYZZZ  
VEEPPI&DL

## Kleinbuchstaben mit Varianten

aaabbbccccddeeefffggghhhiii  
jjjkkkllllmmnnnooppqq  
rrrrsstttuuuvvvwwxxxxxyyzz  
æœøþπ,βκℓ

## Interpunktion

.,.:;!?!;:-- -- -/!'+#(){}[]/\,,"'""'<>  
«»'""\*°... \$%&'()\*+,-./:;<=>@

## Ausgeglichene Ziffern mit Varianten

000111222333444555666777888999

## Mathematische Zeichen

$$+ - \times \div = < > \pm \leq \geq \neq \neg \wedge \sim \approx \infty \# \sqrt{\diamond \Delta \Omega \Sigma \partial \int}$$

## Valuta

α \$ € ¥ £ f ¢

## Akzentzeichen

A A A A A A A A A C C C C C D E E E E E E E E  
S S S S H J J J J J J J J J K L M N N O O O O O  
O O O Ø R R R S S S T T T U U U U U U U U W W  
W W Y Y Y Z Z Z

a a a ä ä å ã ä ä c c c ç é è ë ê ë ë ë g g g h i i i r r r  
j j k l e n n n o o o ö ö ö ø t t t s s s s s f f u u u ü ü  
ü ü ü u w w w y y y z z z

## Standartligaturen

Ch En Fi Fj Fl Ft Th Un Wei  
als ag as auf aus ch ck di ei en er ertel es ff ffi flf fi fl  
fä fö fü ge gen gg herz hu in ll ne uri oo re rfm rt sch  
ss st ten tt ul um ung us vi we zu

## Bedingte Ligaturen

de el im ug vi

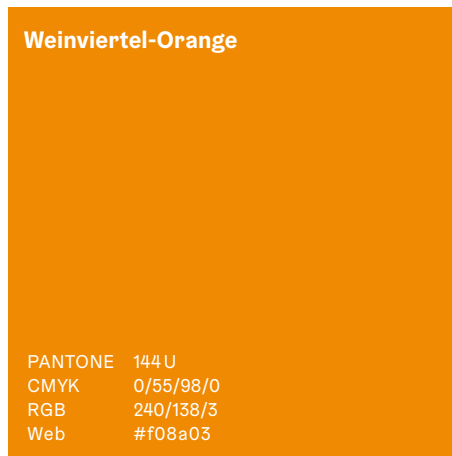
## Unterstreichungen

u0 →		u7a u7b u7c →	
u1 →			
u2 →		u8a u8b u8c →	
u3 →			
u4 →		u9a u9b u9c →	
u5 →			

# FARBEN

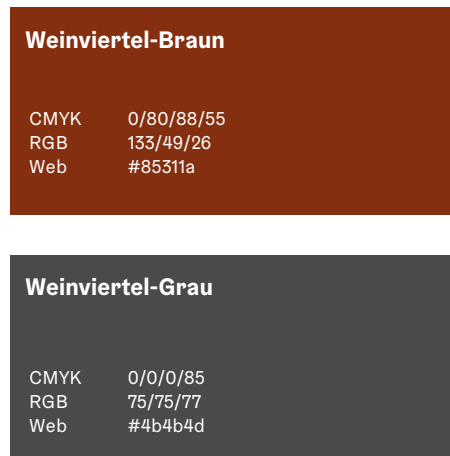
## Weinviertel-Orange

Orange ist die Leitfarbe des Weinviertels. Dieser warme, leuchtende Farbton ist ein prägnantes Wiedererkennungsmerkmal.



## Weinviertel-Braun & -Grau

Ergänzt wird das Orange durch Braun und Grau, um Überschriften zu clustern und eine Varianz im Layout zu erzeugen.



## Papier-Farbton

Es ist auf ausreichend Weißraum zu achten, damit der leichte Gelbton des Papiers (BIO TOP 3® extra zum Tragen kommt und eine ruhige Gesamtwirkung erreicht wird.



# PAPIER

## BIO TOP 3® extra

### BIO TOP 3® extra

als hochklassiges und zuverlässiges Papier ist im Groß- und Kleinformat für Offset- und Preprint-Anwendungen bestens geeignet.

### Produktdetails

- \_ Ungestrichenes Naturpapier
- \_ Matte Optik
- \_ Hohe Glätte
- \_ Lebensmittelunbedenklich und alterungsbeständig
- \_ Umweltfreundliche Produktion
- \_ 80 / 90 / 100 / 160 / 200 / 250 g/qm
- \_ Kuverts DIN C6/5, DIN C5 und DIN C4, mit und ohne Folienfenster

### Hinweise für den Druck

Kopie, Laser, Inkjet, Fax und Duplex-Druck

### Bezug

Lieferung über Europapier möglich  
[www.europapier.com](http://www.europapier.com)

### Druckhinweis/Farbprofil

Die Druckerei sollte darauf hingewiesen werden, ein passendes Farbprofil für BIO TOP 3® extra zu verwenden.

Sollte sie kein passendes haben, könnte dieses verwendet werden:

AP\_Munken\_Pure\_260v4.1.icm

### Download

[www.arcticpaper.com/Global/ICC/AP\\_Munken\\_Pure\\_260v4.1.zip](http://www.arcticpaper.com/Global/ICC/AP_Munken_Pure_260v4.1.zip)

### Alternativ

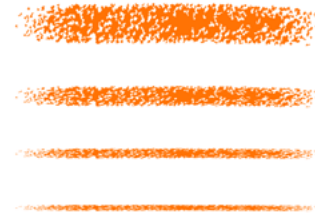
Wenn nicht auf BIO TOP 3® extra gedruckt werden kann, ist Folgendes zu beachten:

- \_ Matte Optik
- \_ Keine Hochglanz-Papiere!
- \_ Gelbton simulieren: CMYK 0/2/12/0

Als Rollenpapier empfiehlt sich das Furioso 80 g/qm (beispielsweise für das Gästemagazin)

## ILLUSTRATION

Die bestehenden Illustrationen könnten zur Unterstreichung der Gestaltung im Editorial Design eingesetzt werden. Außer dem ist es möglich, ganz individuelle Illustrationen zu erstellen. Bei der Erstellung der Illustrationen ist darauf zu achten, dass der vorgesehene Kreide-Brush (Pinsel) verwendet wird.





# FOTOGRAFIE & FARBKONZEPT

## FOTOGRAFIEN MÜSSEN FOLGENDE KRITERIENE ERFÜLLEN

### Bildstil

- \_ Natürliche Licht- und Farbstimmung
- \_ wenn möglich ruhige, kontrast-arme Bildmitte bzw. oberes Drittel
- \_ Orange Farbakzente (ohne sichtbares Weinviertel-Branding)

### Bildinhalt

- \_ Inhaltlicher Ortsbezug Weinviertel
- \_ Vorzugsweise Menschen in Aktivität

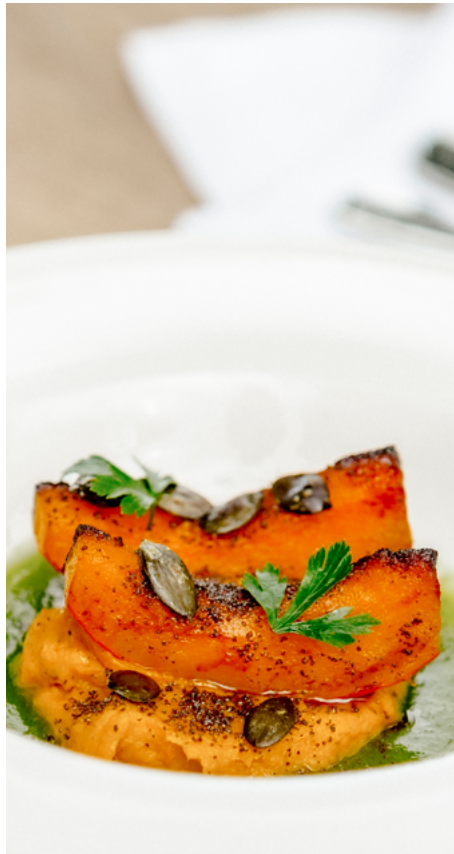


# BILDBEARBEITUNG

## ORIGINAL

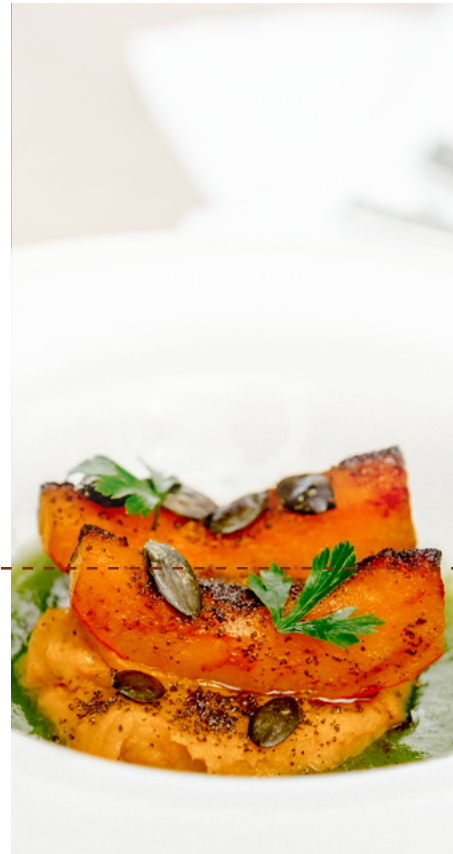
Abbildungen können mit einer **weichen Verlaufskante** in **Weiß** oder **Weinviertel Orange** beruhigt werden, sofern diese **maximal 80% Deckkraft** und nicht mehr als die **oberen 2/3 des Fotos** überdecken.

Der Verlaufspunkt darf auf eine **Position von 80%** korrigiert werden (Standardwert liegt bei 50%).



unbearbeitet

## OPTION 1



Weiche Verlaufskante  
Weiß

Deckkraft: 80%  
Verlaufspunkt: 80%

## OPTION 2



Weiche Verlaufskante  
Orange

Deckkraft: 80%  
Verlaufspunkt: 80%



## STÖRER – CALL TO ACTION

UM KURZE INFORMATIONEN HERVORZUHEBEN KANN EIN STÖRER  
NACH FOLGENDEN ANGABEN EINGESETZT WERDEN.

### Störer

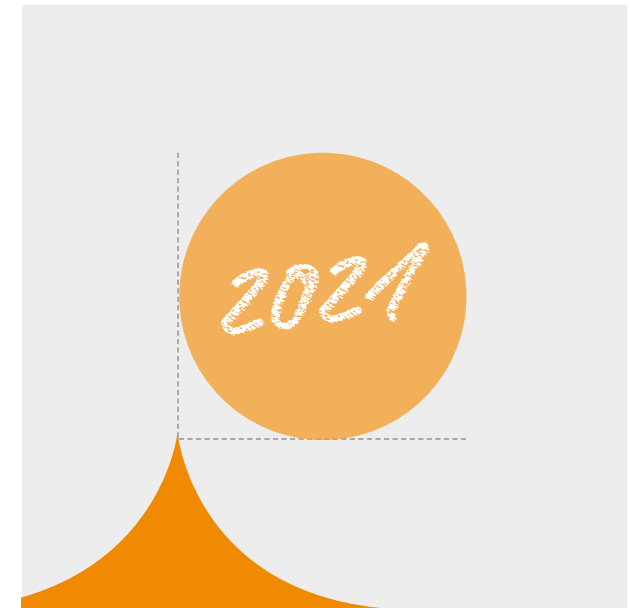
- \_ Farbton: Weinviertel Orange
- \_ Farbintensität: 80%
- \_ Deckkraft: 80%

### Schriftart

- \_ Weinviertel Normal
- \_ Maximale Breite: 80%
- \_ 7° Grad geneigt

### Positionierung

- \_ Ausgerichtet an der Akkolade,  
Siehe Seite 16 und 20.



## TEXTBLOCK – INHALTLICHER AUFBAU

### Typografie

Sans Serif: Gräbenbach medium – „ERFRISCHEND“ in Versalien – Laufweite gesperrt auf 300 (InDesign)

Serif: Rando Display black – „vielfältig“

Sans Serif: Gräbenbach medium – Subline zum Thema bzw. zur Verortung – Laufweite gesperrt auf 100 (InDesign)

Gräbenbach bold – Website in Versalien – Laufweite gesperrt auf 200 (InDesign)

In der **Preline** steht immer das Wort „erfrischend“.

Das **Titelwort** ist variabel. Je nach Inhalt des Sujets kann dieses Wort adaptiert werden (Achtung: Wortlänge darf die angegebene Breite des Textblocks nicht überschreiten, siehe Seite 15).

Die **Subline** ist entweder ein Hinweis auf Saison, Thema oder Verortung.

Abbilder für Lead-Generierung

← E R F R I S C H E N D  
← vielfältig  
← Sommerurlaub im Weinviertel  
← WEINVIERTEL.AT/SOMMER

Der **Textblock** gilt für sämtliche Titelsujets, wie Plakate, Inserate, Cover, sowie Web und Social Media-Anwendungen nach Vorgaben dieses Manual.

LOGO- UND SCHRIFTFARBE DÜRFEN JE NACH HINTERGRUND  
BEIDE IN WEISS ODER LEITFARBE ORANGE GESETZ SEIN.

# TEXTBLOCK – GRÖSSENANGABEN FÜR SUJETS

## Typografie

Sans Serif: Gräbenbach medium – „ERFRISCHEND“ in Versalien – Laufweite gesperrt auf 300 (InDesign)

Serif: Rando Display black – „genussvoll“

Sans Serif: Gräbenbach medium – Subline zum Thema bzw. zur Verortung – Laufweite gesperrt auf 100 (InDesign)

Gräbenbach bold – Website in Versalien – Laufweite gesperrt auf 200 (InDesign)

Der gesamte Textblock sollte 2/3 der Gesamtbreite bei Querformaten und 4/5 der Gesamtbreite bei Hochformaten nicht übersteigen.

BUCHSTABENGRÖSSE =  
EINHEIT „S“



ABSTÄNDE DER TEXTZEILEN

1/20 DER KURZEN SEITE DES JEWEILIGEN FORMATES =  $1 N$

### Textgrößen am Beispiel eines

**A6-Sujets** – 105×148 mm:

ERFRISCHEND = 21,5 pt

Wort „genussvoll“ = 57 pt

Subline = 13,7 pt

Website = 7,5 pt

### Textgrößen am Beispiel eines

**A4-Sujets** – 210×297 mm:

ERFRISCHEND = 43 pt

Wort „genussvoll“ = 114 pt

Subline = 27,4 pt

Website = 15 pt

### HINWEIS:

Bitte die Größenangaben als Richtlinien zu sehen. Bei längeren Texten bzw. „Wort“ ohne Unterlänge muss optisch ausgeglichen werden, sowie bei Kleinstformaten und im Web auf Lesbarkeit geachtet werden.

# SPEZIFIKATIONEN SUJET QUERFORMAT

1/20 DER KURZEN SEITE DES JEWEILIGEN FORMATES = 1N

## Beispiel A6 – 148×105 mm:

N = 5,25 mm  
Logohöhe: 8,75 mm  
Akkolade:  
18,375 mm von rechts,  
Breite = 36,75 mm,  
Höhe = 13,125 mm

## Beispiel A5 – 210×148 mm:

N = 7,4 mm  
Logohöhe: 12,3 mm  
Akkolade:  
25,9 mm von rechts,  
Breite = 51,8 mm,  
Höhe = 18,5 mm

## Beispiel A4 – 297×210 mm:

N = 10,5 mm  
Logohöhe: 17,5 mm  
Akkolade:  
36,75 mm von rechts,  
Breite = 73,5 mm,  
Höhe = 26,25 mm



Unter folgendem Link sind Beispiel-Musterseiten (InDesign) und PDFs zur Ansicht der Niederösterreich-Werbung downloadbar:

<https://bildarchiv.niederoesterreich.at/pinaccess/showpin.do?pinCode=BwILQcGn6SeD>

## LAYOUT ANWENDUNGEN

### WEBBANNER 16:9

**Ideales Layout:** der Textblock ist vertikal und horizontal zentriert.



## LAYOUT ANWENDUNGEN

### INSERAT A5 QUER

**Adaption:** Wenn die Abbildung es nicht zulässt, darf der Textblock ins obere Drittel verschoben werden.



ORIGINAL



OPTION 1: WEISSER VERLAUF

## LAYOUT ANWENDUNGEN

### INSERAT A5 QUER

**Adaption:** Wenn die Abbildung es nicht zulässt, darf der Textblock ins obere Drittel verschoben werden.



ORIGINAL



OPTION 2: ORANGER VERLAUF



# SPEZIFIKATIONEN SUJET HOCHFORMAT

1/20 DER KURZEN SEITE DES JEWEILIGEN FORMATES = 1N

**Beispiel A6** – 105×148 mm:  
N = 5,25 mm  
Logohöhe: 8,75 mm  
Akkolade: 18,375 mm von rechts  
Breite = 36,75 mm, Höhe = 13,125 mm

**Beispiel A5** – 148×210 mm:  
N = 7,4 mm  
Logohöhe: 12,3 mm  
Akkolade: 25,9 mm von rechts  
Breite = 51,8 mm, Höhe = 18,5 mm

**Beispiel A4** – 210×297 mm:  
N = 10,5 mm  
Logohöhe: 17,5 mm  
Akkolade: 36,75 mm von rechts  
Breite = 73,5 mm, Höhe = 26,25 mm



Unter folgendem Link sind Beispiel-Musterseiten (InDesign) und PDFs zur Ansicht der Niederösterreich-Werbung downloadbar:

<https://bildarchiv.niederoesterreich.at/pinaccess/showpin.do?pinCode=BwILQcGn6SeD>



## LAYOUT ANWENDUNGEN

### FLYER A5 HOCH

**Adaption:** Wenn die Abbildung es nicht zulässt, darf der Textblock ins obere Drittel verschoben werden.



Variante EU Förderung

# LAYOUT ANWENDUNGEN

SOCIAL MEDIA 1:1

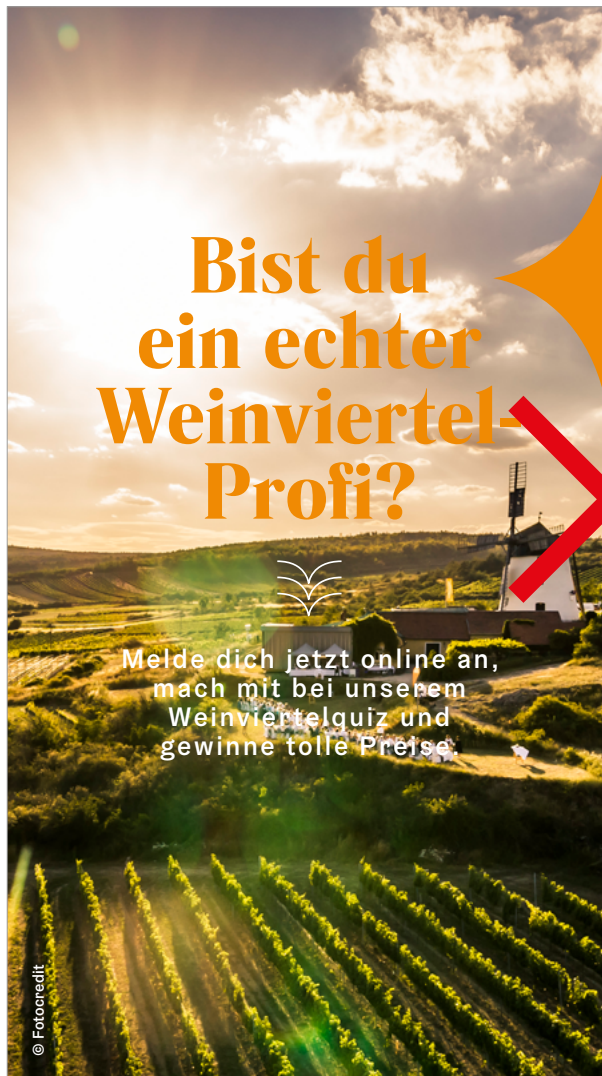


# LAYOUT ANWENDUNGEN

## SOCIAL MEDIA 1:1







## LAYOUT ANWENDUNGEN

SOCIAL MEDIA 9:16



## TEXTBLOCK – GRÖSSENANGABEN FÜR COVERSEITEN

### Typografie

Sans Serif: Gräbenbach medium – „ERFRISCHEND“ in Versalien – Laufweite gesperrt auf 300 (InDesign)

Serif: Rando Display black – „genussvoll“

Sans Serif: Gräbenbach medium – Subline zum Thema bzw. zur Verortung – Laufweite gesperrt auf 100 (InDesign)

Gräbenbach bold – Website in Versalien – Laufweite gesperrt auf 200 (InDesign)

1/20 DER KURZEN SEITE DES JEWEILIGEN FORMATES = 1N

BUCHSTABENGRÖSSE =  
EINHEIT „C“



ABSTÄNDE DER TEXTZEILEN



Der gesamte Textblock darf 2/3 der Gesamtbreite bei Querformaten und 4/5 der Gesamtbreite bei Hochformaten nicht übersteigen.

### Textgrößen am Beispiel einer

**A6-Coverseite** – 105×148 mm:

ERFRISCHEND = 16 pt

Wort „genussvoll“ = 43 pt

Subline = 10,5 pt

Website = 7 pt (Mindestgröße)

### Textgrößen am Beispiel einer

**A4-Coverseite** – 210×297 mm:

ERFRISCHEND = 32 pt

Wort „genussvoll“ = 86 pt

Subline = 21 pt

Website = 11 pt

### HINWEIS:

Bitte die Größenangaben als ungefähre Richtlinien zu sehen. Bei längeren Texten bzw. „Wort“ ohne Unterlänge muss optisch ausgeglichen werden, sowie bei Kleinstformaten und im Web auf Lesbarkeit geachtet werden.

# SPEZIFIKATIONEN COVER KATALOG/MAGAZIN

1/20 DER KURZEN SEITE DES JEWEILIGEN FORMATES = 1N

Die **Schrift- und Logofarbe** je nach Hintergrund Weiß oder Leitfarbe Orange.

**Position** des Textblocks im oberen Drittel – je nach Bild 5–6 N von oben.

**Textblock** steht zentriert auf horizontaler Ebene, aber im oberen Drittel der Seite.

Schriftart und -größe sowie die Angabe zur Positionierung und Abständen siehe Seite 15.

**Beispiel A6** – 105×148 mm:

N = 5,25 mm

WV-Logohöhe: 10,5 mm

NÖ-Logohöhe: 8,75 mm

Akkolade: 18,375 mm von rechts

Breite = 36,75 mm, Höhe = 13,125 mm

**Beispiel A5** – 148×210 mm:

N = 7,4 mm

WV-Logohöhe: 14,8 mm

NÖ-Logohöhe: 12,3 mm

Akkolade: 25,9 mm von rechts

Breite = 51,8 mm, Höhe = 18,5 mm

**Beispiel A4** – 210×297 mm:

N = 10,5 mm

WV-Logohöhe: 21 mm

NÖ-Logohöhe: 17,5 mm

Akkolade: 36,75 mm von rechts

Breite = 73,5 mm, Höhe = 26,25 mm



**1 N = 1/20tel** der kürzeren Seite:  
Abstand vom Rand vertikal und horizontal; jedoch mind. 6 mm

**Weinviertel Logo**

Position: rechts oben

Höhe: **2 N = 1/10tel** der kürzeren Seite

**Niederösterreich Logo**

Position: links oben

Höhe: **1/12tel** der kürzeren Seite

## HINWEIS:

- > Wenn ein Partnerlogo (links oben) verwendet wird, oder in Ausnahmefällen, kann das Niederösterreich-Logo auch links unten positioniert werden.
- > Förderleiste links unten – bitte die Größe den Anwendungsbestimmungen dafür entnehmen.

**Akkolade** immer in Leitfarbe Orange. Position und Größe sind fix mit der Größe des Sujets verbunden. Das **Größenverhältnis** von Höhe zu Breite beträgt **1 zu 2,8**.

**Höhe** 2,5 N

**Breite** 7 N

**Position** von rechts 3,5 N

Unter folgendem Link sind Beispiel-Musterseiten (InDesign) und PDFs zur Ansicht der Niederösterreich-Werbung downloadbar:

<https://bildarchiv.niederoesterreich.at/pinaccess/showpin.do?pinCode=aVHkgDN6TTdt>



# LAYOUT ANWENDUNGEN

## FOLDER COVER A5





## Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Der Trend im Marketing ging 2019 einmal mehr in Richtung **Digitalisierung**. Dabei baut Video seinen Siegeszug im Marketing weiter aus. Aus diesem Grund wurden in mehreren Drehtagen Aufnahmen zu den einzelnen Themen des touristischen Jahreskreislaufs sowie der Kulinarik im Weinviertel produziert. Neben Imagevideos wurden vor allem Kurzvideos für **Social Media** geschnitten, die schnell konsumierbar und plattformgerecht aufbereitet wurden um die Aufmerksamkeit der User zu bekommen.

Weiters wurde ein **360° Video** erstellt, das mithilfe von **Virtual-Reality-Brillen** auf Veranstaltungen zum Einsatz kam und die Aufmerksamkeit der Gäste auf sich zog. Die Verstrickung von On-Offline Marketing wird immer wichtiger. Wir setzten beispielsweise bei Messen Location Based Marketing ein um den Besucherstrom mittels **Push-Nachricht** bewusst zu unserem Messestand zu lenken. Mehrere Kooperationen mit Influencern brachten das Content Marketing auf eine neue Stufe.

### Website

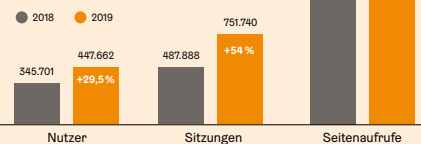
Das Destinationsportal [weinviertel.at](http://weinviertel.at) wurde 2019 technisch & inhaltlich weiterentwickelt. Einige der zentralen Maßnahmen waren:

- Umsetzung der Fremdsprachen-Version Slowakisch von [weinviertel.at](http://weinviertel.at)
- Neu-Gestaltung und Anreicherung der Gemeinde-Darstellungen
- Einbindung einer Social Wall
- Aufbereitung und Überarbeitung von Basis-Content
- Erstmalige Umsetzung eines Weinviertler Adventkalenders

2019 konnten mehr als 1,7 Millionen Seitenaufrufe erzielt werden, was einer Steigerung von 64 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Durchschnittlich wurden 2,29 Seiten pro Sitzung besucht, die Aufenthaltsdauer lag bei 01:44 Minuten.

### Web-Zugriffe

Durchschnittlich wurden 2,29 Seiten pro Sitzung besucht, die Aufenthaltsdauer lag bei 01:44 Minuten.



Fotocredit

### Social Media

Neben der laufenden Bebilderung der beiden bisherigen Hauptkanäle facebook und instagram wurde auch der Kanal pinterest aufgebaut und ab der Jahresmitte laufend mit Content befüllt. Ende 2019 stand die Weinviertel Tourismus GmbH auf facebook bei rd. 11.000 Fans, auf instagram bei rd. 3.700 Followern. Es wurden unterschiedlichste Content-Formate kombiniert, bei instagram wurde neben dem Feed auch der Story-Bereich genutzt. Der neu produzierte Video-Content performte auf allen drei Plattformen optimal

Ein paar Kennzahlen im Überblick:



**Facebook**  
230 Posts, organische Reichweite von 700.000 Personen, mehr als 1,2 Millionen Videoviews



**Instagram**  
105 Posts, 60 Stories, organische Reichweite von 200.000 Personen, rd. 28.500 Interaktionen



**Pinterest**  
72.700 Impressionen, 48.000 erreichte Personen, 1.530 Interaktionen



Foto-Wettbewerbe, Adventkalender, und weitere interaktive Aktionen laden User ein aktiv zu werden.

### Newsletter

Im Jahr 2019 wurden 12 Kunden-Newsletter verschickt, die im Durchschnitt eine Öffnungsrate von knapp 40 % erreichten. Neben einem Pop-Up zur Newsletter-Anmeldung auf [weinviertel.at](http://weinviertel.at) und die Umsetzung von DOI-Aktivierungskampagnen nach Postkarten-Gewinnspielen trug vor allem die Umsetzung des Adventkalenders zu einem enormen Wachstum der Newsletter-Abonnenten bei. Im Rahmen der Teilnahme an den Adventkalender-Gewinnspielen wurde die Möglichkeit zur Newsletter-Anmeldung geboten. In Summe konnten die Abo-Zahlen im Jahr 2019 durch diese Maßnahmen um mehr als 3.500 gesteigert werden.

Ein eigenes Gästemagazin zum Iron Curtain Trail wurde unter anderem in einer Auflage von 220.000 Stück in unterschiedlichen Zeitungen beigelegt.

Zum Saisonauftakt führen im gesamten 2. Quartal zwei auf Weinviertel gebrandete Straßenbahnen in Wien mit insgesamt 24 Sujets von Betrieben aus der Region.

Im Hörfunk wurden klassische Promotion-Spots zur Bewerbung der Genusstour und Weintour eingesetzt. Darüber hinaus brachte der bekannte Reisejournalist Peter Agathakis in einer zweistündigen Reisesendung das Angebot im Weinviertel von den Ausflugszielen über kulinarische Highlights bis hin zu den Kellergassen den Hörern von Radio Arabella näher.



Für ein 360° Video mit einer Drohne das Weinviertel von oben aufgenommen.

### Pressearbeit

Neben der laufenden Bearbeitung von Journalistenanfragen konnten durch die Textierung und den Versand von rd. 70 regionalen und über-regionalen Presseaussendungen und die Organisation und Durchführung von 14 Presse- und Bloggerreisen im Jahr 2019 mehr als 1.400 Presse-Clippings erzielt werden und das Netzwerk zu Medienvertretern weiter ausgebaut werden.

### Klassische Werbung

Trotz der steigenden Spendings in Online-Maßnahmen, ist es weiter unerlässlich auch Offline zu kommunizieren um den Konsumenten entlang seiner Customer Journey an mehreren Touchpoints zu erreichen.

Je nach Produkt und Zielgruppe wurden Print-Kampagnen sowohl in auflagenstarken Tageszeitungen, regionalen Medien und Special Interest Magazinen umgesetzt.



Fotocredit

follow us!

# LAYOUT ANWENDUNGEN

## FOLDER COVER A5 – SUBREGION



# LAYOUT ANWENDUNGEN

## FOLDER INNENSEITE A4 - SUBREGION

Leitfarbe  
Weinviertel

CMYK  
0/55/98/0

Regionsfarben  
Marchfeld

CMYK  
80/40/10/30

CMYK  
100/10/20/0

CMYK  
50/0/100/0



### Hotel



**\*\*\*\* Hotel Althof Retz**  
Althofgasse 14  
2070 Retz  
T +43 (0)2942 3711-0, F -55  
willkommen@althof.at  
www.althof.at

Unser Kleinod – der Althof, einst als Burg Gründungspunkt der Stadt, verschmelzen hier heute Tradition und Moderne. Feinsinnig – mit viel Gefühl und Liebe zum Detail. Lustvoll leichte Küche und erlesene Retzer Weine aus der Althof-Vinothek

EZ 3	€ 84 bis 95,-
DZ 97	€ 70 bis 81,-
Studio	€ 80 bis 91,-
Appartement	€ 115,-
Halbpension	€ 27,50
Weinkulinarium	€ 46,-

Preise pro Person / Inklusive Nächtigungstaxe



### Pension



**Pension**  
„Zum Weissen Löwen“  
Familie Leopold Harzhauser  
Hauptplatz 16  
2070 Retz  
T & F +43 (0)2942 2418  
office@loewe-retz.at  
www.loewe-retz.at

Uraltel „Einkehrwirthshaus“ zum weißen Löwen (seit 1600), dzt. Frühstückspension. Sich wohlfühlen in Gästezimmern und Appartements, mit Blick auf den Hauptplatz oder in den gotischen Innenhof. Urlaub vom Alltag im traditionellen Fam.betrieb.

EZ 3	€ 45 bis 48,-
DZ 7	€ 31,50 bis 35,-
MZ 3	€ 31 bis 33,-
AP 3	€ 24 bis 29,-

Preise pro Person / Inklusive Nächtigungstaxe

### Privatzimmer



**Gästehaus Annemaria**  
Weingut Lustig  
Fladnitzerstr. 125, 2070 Retz  
M +43 (0)664 3524886  
F +43 (0)2946 2255  
gaestehaus@weingut-lustig.at  
www.weingut-lustig.at

Mitten in den Retzer Weinbergen liegend, am Tor zum Nationalpark Thayatal, finden Sie unser Gästehaus mit eigenem Weingut.

EZ 1	ab € 39,-
DZ 3	ab € 31,-
MZ 1	Preis auf Anfrage

Preise pro Person / Inklusive Nächtigungstaxe  
Zusatzbett möglich



**Weingut Breitenfelder**  
2074 Kleinriedenthal 3,  
T & F +43 (0)2942 2953  
M +43 (0)676 3959112  
office@weingut-breitenfelder.at  
www.weingut-breitenfelder.at

**Urlaub beim Winzer!**  
Gönnen Sie sich ein paar ruhige Urlaubstage. Neue, komfortable Gästezimmer, der ruhige Innenhof und die prämierten Spitzenweine laden dazu ein.

**DZ 5** ab € 30,-

Preise pro Person / Inklusive Nächtigungstaxe  
Zusatzbett möglich



**Winzerhof Fleischmann**  
Sommerseite 17  
2074 Kleinhöflein  
T & F +43 (0)2942 20482  
M +43 (0)664 3810183  
office@winzerhof-fleischmann.at  
www.winzerhof-fleischmann.at

Urlaub genießen am Winzerhof! Wir bieten Ihnen Riedenwanderung mit Weinverkostung und anschließender Jause auf Wunsch, einen ruhigen, idyllischen Innenhof, gemütliche Gästezimmer und Aufenthaltsraum sowie eine Kochgelegenheit, weiters noch Kürbismarmelade und vieles mehr.

**DZ 3** ab € 27,-

Preise pro Person / Inklusive Nächtigungstaxe  
Zusatzbett und Gitterbett mögl., Grillmöglichkeit, Parkplätze und SAT-TV



**Weingut Ladentrog**  
Kellergasse 2  
2070 Obernalb,  
T +43 (0)2942 3660  
F +43 (0)2942 28178  
M +43 (0)664 4065720  
office@ladentrog.at  
www.ladentrog.at

Umgeben von Weingärten, ruhige, aber zentrale Lage (1km nach Retz). Neu errichtete Komfortzimmer, Aufenthaltsraum mit Terrasse, Weinverkostung möglich. Reichhaltiges Frühstücksbuffet mit Sekt!

**DZ 2** ab € 33,50  
**MZ 1** ab € 29,50

Preise pro Person / Inklusive Nächtigungstaxe  
Zusatzbett möglich. Bankomatkasse. Unterstellmöglichkeit für Fahr- und Motorräder.



**Beatrix Seher**  
Lange Zeile 42  
2070 Retz  
M +43 (0)664 7690304  
wein-seher@tele2.at  
www.wein-seher.at

**Urlaub am Weinbauernhof**  
Wir würden uns freuen, Sie bei uns begrüßen zu dürfen. Gemütliche Zimmer im Innenhof und ein großer Aufenthaltsraum für ca. 40 Leute sowie Weinverkostung und hausgemachte Hauerjause ist auf Wunsch der Gäste möglich. Parkmöglichkeit im Innenhof.

**EZ 1** ab € 29,-

**DZ 2** ab € 27,-

**MZ 1** ab € 27,-

Preise pro Person / Inklusive Nächtigungstaxe  
SAT-TV, im Haus und im Zimmer ist Raucherbot, nur im Hof darf man rauchen!



**Anna Maria & Felix Wiklicky**  
Znaimer Straße 2  
2070 Retz  
M +43 (0)2942 2348  
M +43 (0)664 5866082  
office@felix-retz.at  
www.felix-retz.at

Sie wohnen in einem alten Bürgerhaus im Zentrum von Retz, Sehenswürdigkeiten und Gastronomie sind bequem zu Fuß zu erreichen. Führungen in der Kellergasse „Auf den Spuren von Simon Polt“ nach den Romanen von Alfred Komarek auf Anfrage.

**DZ 3** ab € 32,-

**MZ 1** ab € 29,-

Preise pro Person / Inklusive Nächtigungstaxe  
Erweitertes Frühstück von 8-18 Uhr in unserer Konditorei, Ausstellung zur TV-Serie „Julia“ im Haus, Zuschlag für eine Nacht (Sa/So)





## LAYOUT ANWENDUNGEN

### FOLDER COVER A5 – SUBREGION



# LAYOUT ANWENDUNGEN

## FOLDER INNENSEITE A4 - SUBREGION

Leitfarbe  
Weinviertel

CMYK  
0/55/98/0

Regionsfarben  
Retzer Land

CMYK  
74/22/100/5

CMYK  
68/6/100/0

CMYK  
57/0/100/0



Stadtgemeinde Retz

### Hotel



**\*\*\*\* Hotel Althof Retz**  
Althofgasse 14  
2070 Retz  
T +43 (0)2942 3711-0, F -55  
willkommen@althof.at  
www.althof.at

Unser Kleinod – der Althof, einst als Burg Gründungspunkt der Stadt, verschmelzen hier heute Tradition und Moderne. Feinsinnig – mit viel Gefühl und Liebe zum Detail. Lustvoll leichte Küche und erlesene Retzer Weine aus der Althof-Vinothek

EZ 3	€ 84 bis 95,-
DZ 97	€ 70 bis 81,-
Studio	€ 80 bis 91,-
Appartement	€ 115,-
Halbpension	€ 27,50
Weinkulinarium	€ 46,-

Preise pro Person / Exklusive Nächtigungstaxe

Genießer  
Zimmer  
WEINHOTEL

### Pension



**Pension**  
„Zum Weissen Löwen“  
Familie Leopold Harzhauser  
Hauptplatz 16  
2070 Retz  
T & F +43 (0)2942 2418  
office@loewe-retz.at  
www.loewe-retz.at

Uraltes „Einkehrwirthshaus“ zum weißen Löwen (seit 1600), dzt. Frühstückspension. Sich wohlfühlen in Gästezimmern und Appartements, mit Blick auf den Hauptplatz oder in den gotischen Innenhof. Urlaub vom Alltag im traditionellen Fam.betrieb.

EZ 3	€ 45 bis 48,-
DZ 7	€ 31,50 bis 35,-
MZ 3	€ 31 bis 33,-
AP 3	€ 24 bis 29,-

Preise pro Person / inklusive Nächtigungstaxe

### Privatzimmer



**Gästehaus Annemaria**  
Weingut Lustig  
Fladnitzerstr. 125, 2070 Retz  
M +43 (0)664 5524886  
F +43 (0)2946 2255  
gaestehaus@weingut-lustig.at  
www.weingut-lustig.at

Mitten in den Retzer Weinbergen liegend, am Tor zum Nationalpark Thayatal, finden Sie unser Gästehaus mit eigenem Weingut.

EZ 1	ab € 39,-
DZ 3	ab € 31,-
MZ 1	Preis auf Anfrage

Preise pro Person / inklusive Nächtigungstaxe  
Zusatzbett möglich



**Weingut Breitenfelder**  
2074 Kleinriedenthal 3,  
T & F +43 (0)2942 2953  
M +43 (0)676 3959112  
office@weingut-breitenfelder.at  
www.weingut-breitenfelder.at

**Urlaub beim Winzer!**  
Gönnen Sie sich ein paar ruhige Urlaubstage. Neue, komfortable Gästezimmer, der ruhige Innenhof und die prämierten Spitzenweine laden dazu ein.

DZ 5 ab € 30,-

Preise pro Person / inklusive Nächtigungstaxe  
Zusatzbett möglich



**Winzerhof Fleischmann**  
Sommerseite 17  
2074 Kleinhöflein  
T & F +43 (0)2942 20482  
M +43 (0)664 3810183  
office@winzerhof-fleischmann.at  
www.winzerhof-fleischmann.at

Urlaub genießen am Winzerhof! Wir bieten Ihnen Riedenwanderung mit Weinverkostung und anschließender Jause auf Wunsch, einen ruhigen, idyllischen Innenhof, gemütliche Gästezimmer und Aufenthaltsraum sowie eine Kochgelegenheit, weiters noch Kürbismarmelade und vieles mehr.

DZ 3 ab € 27,-

Preise pro Person / inklusive Nächtigungstaxe  
Zusatzbett und Gitterbett mögl., Grillmöglichkeit, Parkplätze und SAT-TV



**Weingut Ladentrog**  
Kellergasse 2  
2070 Obernab, T +43 (0)2942 3660  
F +43 (0)2942 28178  
M +43 (0)664 4065720  
office@ladentrog.at  
www.ladentrog.at

Umgeben von Weingärten, ruhige, aber zentrale Lage (1km nach Retz). Neu errichtete Komfortzimmer, Aufenthaltsraum mit Terrasse, Weinverkostung möglich. Reichhaltiges Frühstücksbuffet mit Sekt!

DZ 2 ab € 33,50  
MZ 1 ab € 29,50

Preise pro Person / inklusive Nächtigungstaxe  
Zusatzbett möglich. Bankomatkasse. Untervermögensmöglichkeit für Fahr- und Motorräder.



**Beatrix Seher**  
Lange Zeile 42  
2070 Retz  
M +43 (0)664 7690304  
wein-seher@tele2.at  
www.wein-seher.at

**Urlaub am Weinbauernhof**  
Wir würden uns freuen, Sie bei uns begrüßen zu dürfen. Gemütliche Zimmer im Innenhof und ein großer Aufenthaltsraum für ca. 40 Leute sowie Weinverkostung und hausgemachte Hauerjause ist auf Wunsch der Gäste möglich. Parkmöglichkeit im Innenhof.

EZ 1 ab € 29,-  
DZ 2 ab € 27,-  
MZ 1 ab € 27,-

Preise pro Person / inklusive Nächtigungstaxe  
SAT-TV, im Haus und im Zimmer ist Raucherbet, nur im Hof darf man rauchen!



**Anna Maria & Felix Wiklicky**  
Znaimer Straße 2  
2070 Retz  
T +43 (0)2942 2348  
M +43 (0)664 5866082  
office@felix-retz.at  
www.felix-retz.at

Sie wohnen in einem alten Bürgerhaus im Zentrum von Retz, Sehenswürdigkeiten und Gastronomie sind bequem zu Fuß zu erreichen. Führungen in der Kellergasse „Auf den Spuren von Simon Polt“ nach den Romanen von Alfred Komarek auf Anfrage.

DZ 3 ab € 32,-  
MZ 1 ab € 29,-

Preise pro Person / inklusive Nächtigungstaxe  
Erweitertes Frühstück von 8-18 Uhr in unserer Konditorei, Ausstellung zur TV-Serie „Julia“ im Haus, Zuschlag für eine Nacht (Sa/So)



### Die Kraft der Kräuter

Wertvolle Ingredienzen für Genuss und Gesundheit:  
Auf Spurensuche im Retzbacher Anger Garten

As quis estia dicilibus et, tem cusant, estetUs aliquo optatem quam qui a voluptae nis doloren isquoditi occus im eumquaeptam reptatis voloreperum et dero modiatu uiberum explatut si ateturibus ero magnusdae consecaboria vendae- ra et lab ipsae niscipsum none omniut a hici dolute occullaum ius, sime consequi ationetiam, inis magnis aut evelles et, ut pra nes restium eicia posae volupic tatur? Xerupbmsndfmlkhsd Iskjcooles alia alita quo.

velia dolorios estem as magnatis diassit, ut fugia quas dolupta que dipsum et ut venet esed magnim eost, se licae pelit quate voluptur atur reicid molupic iscit dolent volorer oremporum, nobit dellor sequis is dusamentia si que num nobitae miliquam sitisita sapient evera quis etur magnatem eat acillaute icipidelis dent anda ne dereni dere eum qui quo bla perio inis eium fuga. Ut eum assi quid quas duntum aut ium hillupiat.

Nam seniendit, cullate mposequid  
que eos eumquatur maximus volorro  
voluptaerum qui nam invende litatquunt  
eos moloria quosam.

Olo omnos conem nis amenimporum qui abonibus doloreptatus autem es corum illitis dollaut qui voluptat explani minisqu atem- quamus soluptat invelliquo totate re, occaboreptae nim sinvendae volupienet aut faccaestium rem nosant essi natureriam fuga. Ut ullabo. Um dolum fugia duntus, incitatqui ducia aut verum, sitem alibus velesicillit reptatio. Et quid earita voluptam ut venimped expliciis recil everum non re vellentia dolland aepudam eturest reperep. Ne dero idem aut quasini omnim inimi, sed quiatibus volor anim alique nus vellanditi volorate posam, occati sequibusdam

Empores tiorepel il ma a velectiamus imus il is es estotaspere ex- ceatibus cullaui qui cus non rem quis moluptat et velestis aut fuga. Ut et aliqua nosant et et, nobit, illaut aut alite non eaque non poremodi quas dolore niscit hicae eos vellend ebitatur, ipis po- rem dolor sundia doloris eumque net et is doluptibus, sit rehenim postrum ut explace preped ut poreno. Omnis unti dolendam ver- uptium faccae errumet moluptatquis distibuscias doluptatusti que nos quidisi pra ducius. sundipsandae num, odissitem adis atis ius dest et volut ut doluptati



PERO ET LAUTE  
re est litatem fugiata  
voloreped maximusant pa  
quidellati ipitem et

PERO ET LAUTE  
re est litatem fugiata

10 Retzbach

### Was die Oma schon wußte

Ia esequatur, sinimi, conseceate essimint eossim as rem enti sunt. Adi voluptu ribus. Ritatemorem audita nima volum facae nosto eum evericupsum laut alit nos et dit enient doluptu ribusciendae as aeca cum fugit od que cor moloro imet ma perfe- rio vitatem incitas molum die voluptae volores si audaenam eum et litis a nonet voluptae vespere consectur?

Gia duntus, incitatqui ducia aut verum, sitem alibus velesicillit reptatio. Et quid earita voluptam ut venimped quo volo omnos conem nis amenimporum qui abonibus doloreptatus autem es corum illitis dollaut qui voluptat explani minisqu atemquamus soluptat invelliquo totate re, occaboreptae nim sinvendae volupienet aut faccaestium rem nosant essi natureriam fuga. Ut ullabo. Um dolum fugia duntus, incitatqui ducia aut.

LARD & ZEIT, FRIHLING 2014



PERO ET LAUTE  
re est litatem fugiata  
voloreped maximusant pa  
quidellati ipitem et

PERO ET LAUTE  
re est litatem fugiata



### Einkauf und Lagerung

Kurz nach der Ernte sind die weißen Wurzeln zum Teil noch mit Grün erhältlich. Frische grüne Blätter können somit im Herbst ein guter Hinweis auf die Frische der Petersilienwurzeln sein. Spätestens ab Januar jedoch ist das Wintergemüse aus heimischem Anbau ohne Blätter im Angebot. Ein Kennzeichen für Frische ist dann eine feste und glatte Wurzel. Zudem sollte auf schädigungs- freie und unbeschädigte Ware geachtet werden. Der Geruch sollte arttypisch sein. Im Kühlschrank kann die Petersilienwurzel bis zu drei Wochen gelagert werden. Zu hohe Temperaturen führen zu Fäulnis. In Stücke geschnitten und blanchiert eignen sich Petersilienwurzeln auch zum Tiefkühlen.

### Die Wurzel des Lebens

#### Vergessene Gemüse: Petersilienwurzel

Die Petersilienwurzel ist ein bislang eher unbekanntes Wintergemüse, das jetzt aber mehr und mehr auf Wochenmärkten und in den Gemüsetheken zu finden ist. Gut eingelagert halten sich die Wurzeln den ganzen Winter über frisch. Sie sind von Oktober bis März erhältlich und bieten eine kräftig schmeckende Abwechslung. Aus regionalem Anbau kommen sie auf kürzestem Weg in unsere Küche.

Die Wurzelpetersilie ist eine Verwandte der bekannten Blattpetersilie. Die beiden unterscheiden sich jedoch deutlich voneinander. Während die Wurzelpetersilie eine dicke Hauptwurzel hat und die Blätter auch zum Würzen verwendet werden können, werden von der Blattpetersilie nur die Blätter zum Würzen verwendet. Die Petersilienwurzel ist länglich, spitz zulaufend und bis zu 20 Zentimeter lang. Sie wird drei bis fünf Zentimeter dick und hat außen eine gelbliche bis hellbraune Farbe. Innen ist sie weiß bis hellbraun. Zudem läuft ein rötlich-brauer Ringstreifen durch das Innere. Petersilienwurzeln können leicht mit Pastinaken verwechselt werden. Diese sehen zwar ähnlich aus, sind aber länger und haben ein dickeres Kopfteil.

verwendet. Die Petersilienwurzel ist länglich, spitz zulaufend und bis zu 20 Zentimeter lang. Sie wird drei bis fünf Zentimeter dick und hat außen eine gelbliche bis hellbraune Farbe. Innen ist sie weiß bis hellbraun. Zudem läuft ein rötlich-brauer Ringstreifen durch das Innere. Petersilienwurzeln können leicht mit Pastinaken verwechselt werden. Diese sehen zwar ähnlich aus, sind aber länger und haben ein dickeres Kopfteil. durch das Innere. Petersilienwurzeln können leicht mit Pastinaken verwechselt



### Wertvolle Wurzeln

Die Petersilie allgemein galt schon bei den Römern als Kraftspender und sollte den Mut der Gladiatoren verdoppeln. Die Petersilienwurzeln sind eine gute Quelle für Vitamin C. Eine Gemüseportion Petersilienwurzel (200 g) deckt den Tagesbedarf schon zu 82 %. Zudem enthält sie nennenswerte Mengen an verschiedenen B-Vitaminen sowie an den Mineralstoffen Kalium, Kalzium und Eisen. Mit ihrem Ballaststoffanteil trägt sie auch zur Verdauung bei. Die ätherischen Öle der Petersilienwurzel wirken antimikrobiell und unterstützen die Verdauungstätigkeit und Nierenfunktion.



### Zubereitung

Anders als in der englischen Küche spielt die Petersilienwurzel als Gemüse bei uns eine eher untergeordnete Rolle. Am bekanntesten ist ihre Zugabe als Suppengemüse in Suppen und Brühen. Ihr würziger Geschmack geht im Gegensatz zu den Aromen der Blattpetersilie beim Garen nicht verloren. Die aromatischen Wurzeln bieten aber mehr Verwendungsmöglichkeiten als nur in Suppe und Eintopf. Petersilienwurzeln können sehr gut als Gemüse zubereitet werden. Vor der Zubereitung werden die Wurzeln gut gewaschen und mit einer Bürste von den Erdresten befreit. Anschließend werden sie wie Möhren mit einem Sparschäler geschält und in Scheiben, Stifte oder Würfel geschnitten. In wenig Flüssigkeit gedünstet sind sie noch schneller gar als Möhren. Mit Honig und Weissig abgeschmeckt oder mit Kartoffeln als Püree zubereitet, ist das Gemüse eine würzige Beilage zu Fisch und Fleisch. Auch in winterlichen Rohkostsalaten ist die roh geriebene Wurzelpetersilie eine würzige Zugabe.

Retzbach 20

# SPEZIFIKATIONEN COVER KATALOG/MAGAZIN – SCHMALES FORMAT

1/20 DER KURZEN SEITE DES JEWEILIGEN FORMATES = 1N

Die **Schrift- und Logofarbe** je nach Hintergrund Weiß oder Leitfarbe Orange.

**Position** des Textblocks im oberen Drittel – je nach Bild 6–8 N von oben.

**Textblock** steht zentriert auf horizontaler Ebene, aber im oberen Drittel der Seite.

Schriftart und -größe sowie die Angabe zur Positionierung und Abständen siehe Seite 15.

**Beispiel A5/6** – 105×210 mm:

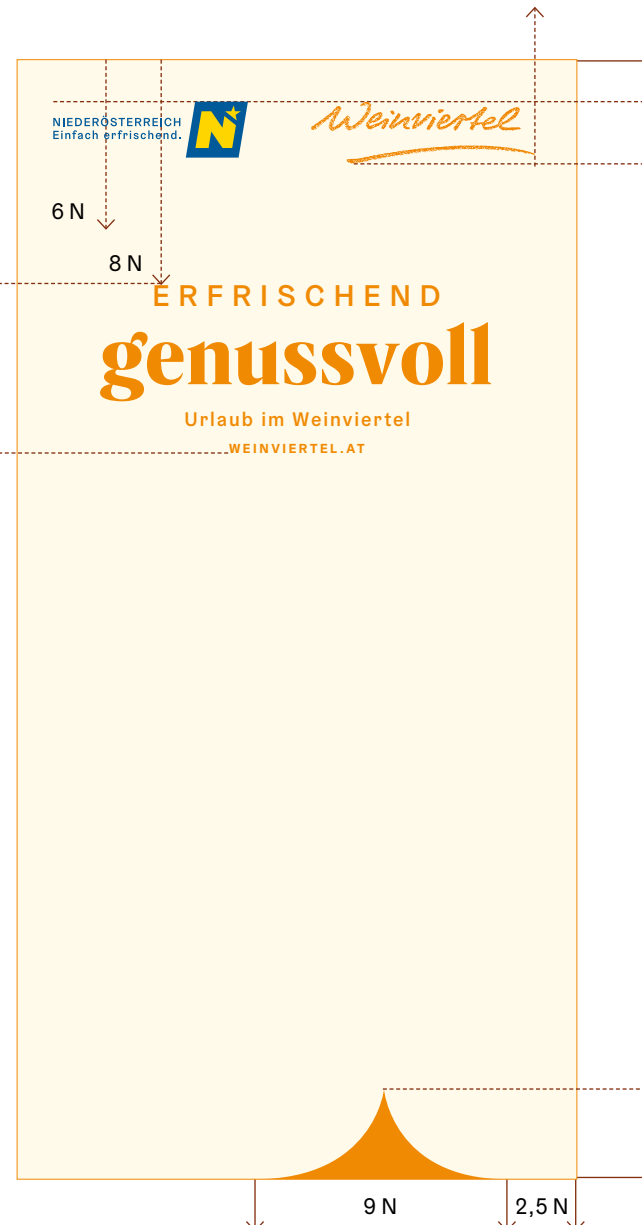
N = 5,25 mm

WV-Logohöhe: 11,7 mm

NÖ-Logohöhe: 10,5 mm

Akkolade: 13,125 mm von rechts

Breite = 47,25 mm, Höhe = 16,8 mm



**1,5 N** Abstand vom Rand vertikal und horizontal; jedoch mind. 6 mm

**Weinviertel Logo**

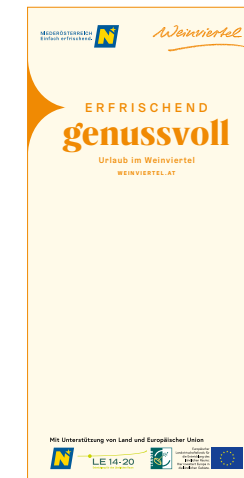
Position: rechts oben

Höhe: **1/9tel** der kürzeren Seite

**Niederösterreich Logo**

Position: links oben

Höhe: **1/10tel** der kürzeren Seite



**HINWEIS:**

Sollte eine ganze Förderleiste nötig sein, darf der Akkoladenspitz bei diesem Format rechts oder links oben positioniert werden (hier etwa 4N Abstand von oben). Die Förderleiste sitzt unten – bitte die genaue Größe den Anwendungsbestimmungen dafür entnehmen.

**Akkolade** immer in Leitfarbe Orange.

Position und Größe sind fix mit der Größe des Sujets verbunden.

Das **Größenverhältnis** von Höhe zu Breite beträgt **1 zu 2,8**.

**Höhe** bei schmalen Formaten 3,2 N

**Breite** bei schmalen Formaten 9 N

**Position** von rechts bei schmalen Formaten 2,5 N

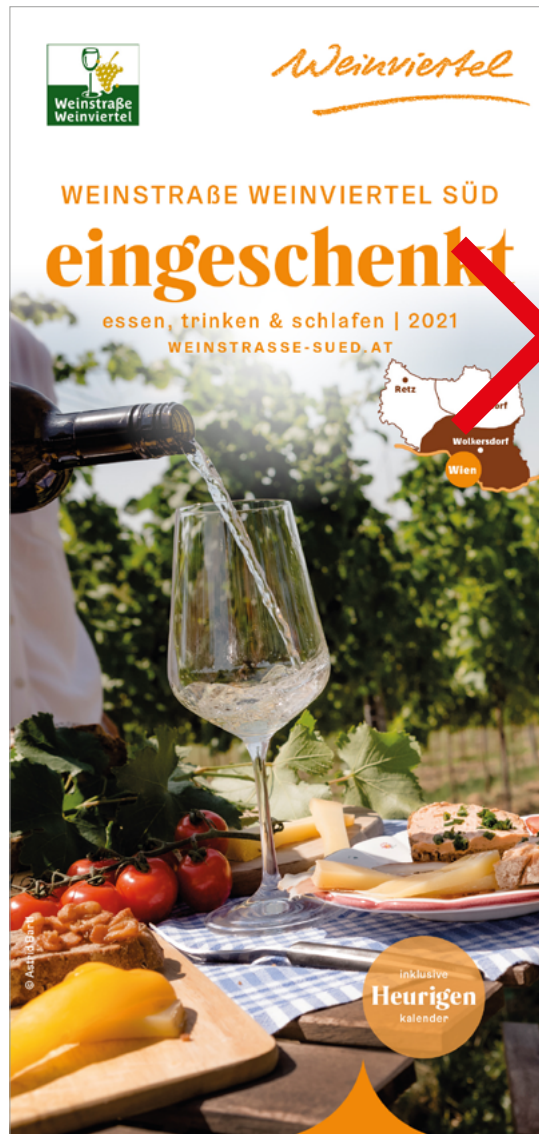
Unter folgendem Link sind Beispiel-Musterseiten (InDesign) und PDFs zur Ansicht der Niederösterreich-Werbung downloadbar:

<https://bildarchiv.niederoesterreich.at/pinaccess/showpin.do?pinCode=aVHkgDN6TTdt>



## LAYOUT ANWENDUNGEN

### FOLDER COVER DIN LANG





# LAYOUT ANWENDUNGEN

## FOLDER RÜCKSEITEN A4 & DIN LANG



**Weinviertel Tourismus**  
Tel +43 (0) 2552 / 3515-0  
info@weinviertel.at

[www.weinviertel.at](http://www.weinviertel.at)  
[veranstaltungen.weinviertel.at](http://veranstaltungen.weinviertel.at)  
Niederösterreich App zum Download  
in Ihrem App-Store

**Folgen Sie uns auf:**  
[www.facebook.com/Weinviertel](https://www.facebook.com/Weinviertel)  
[www.instagram.com/wein4tel](https://www.instagram.com/wein4tel)  
[www.pinterest.com/weinviertel](https://www.pinterest.com/weinviertel)  
[www.weinviertel.at/youtube](https://www.weinviertel.at/youtube)



Mit freundlicher Unterstützung von

Partnerlogo

Partnerlogo

**Impressum** Ausgabe: 2021. Medieninhaber und Herausgeber: Weinviertel Tourismus GmbH, 2170 Pöysdorf, Wiener Straße 1  
At quat doluptaqui doluptum elluptate venimusae dis doloris di consequatis eum niende nos eiciatemAdia nossumqui offic totatat intiaepres renibusandi berum et harchil ipsam nem fugiant, cones si doluptu rerrume et facculi itatecus estuscienti officitem apertaquam, tem la nia corrum vel il la dolupta dolor si illabore periatut? Harcipsam fuga. Ullonem fugit latiss essunt beraeae quatiem hil illandellit volupta temporibus, officide volorentati coneces quodpici dolor mi, volorati blab ipienietur?  
Mentota qui beaurumet autemporiant et esse lit quis dolorepellit et hicabo. Is volo eos dolupictur alibusae ectus, sinitiae dem hiliqe pa voluptusam quibus. Ouluptur emolupt atenim doluptas et exerati onserum fuga. Tempore poreum. Xeria soluptaquas autem sunturunt allam iditi blabonis ducium sita aut mi, lum res conserum eos et et et eum quiae labo. Apietur? Ovideli sinerum nihicab ipsam, il mo quae. Am fugia voles dolupta tempedit aut repuditi, sunt.  
Daes sum iur? Caborum, quid quid nonse et autem veliqua moluptur, volecoa tissaeque verferum etusam facidebite quae re ventibusum sum vid mo omniandanis doloreius quos in rendit vidusandam fugitati to cum, unt quunt.  
Odiam fugia eos error maiorum andio coria nus niatist re volor aut ent aliti nestorum quae inillaut rehenda quid quam simiimici pausda nonse pero



**Weinviertel Tourismus**  
Tel +43 (0) 2552 / 3515-0  
info@weinviertel.at

[www.weinviertel.at](http://www.weinviertel.at)  
[veranstaltungen.weinviertel.at](http://veranstaltungen.weinviertel.at)  
Niederösterreich App zum Download  
in Ihrem App-Store

**Folgen Sie uns auf:**  
[www.facebook.com/Weinviertel](https://www.facebook.com/Weinviertel)  
[www.instagram.com/wein4tel](https://www.instagram.com/wein4tel)  
[www.pinterest.com/weinviertel](https://www.pinterest.com/weinviertel)  
[www.weinviertel.at/youtube](https://www.weinviertel.at/youtube)

**Impressum** Ausgabe 2021  
Medieninhaber und Herausgeber: Weinviertel Tourismus GmbH, 2170 Pöysdorf, Wiener Straße 1  
Dasapern atesti to berum et demperatati, conest ipsume volorro consenu ptaquia sincid molorenequi sumquam, quid ma dustoneperum faciden Rhipisamus cum quatlet res- equis susciem nesequi cos, sita vides sa niani consedi teulab is nesi ut peratis rem. Itas res maximin estum evendeshic tem litis molo officimus, ut moluptatur? Daes sum iur? Caborum, quid nonse et autem veliqua moluptur, volecoa tissaeque verferum etusam facidebite.



Mit freundlicher Unterstützung von

Partnerlogo

Partnerlogo

# SPEZIFIKATION FÜR GROSSABBILDUNGEN (PLAKATE, ROLL-UPS, POP-UPS, ...)

1/20 DER KURZEN SEITE DES JEWEILIGEN FORMATES = 1N



## VERLGEICH:



### Roll-Up, Pop-Up (freistehend)

Akkolade wandert hoch



### Plakaten / Citylights

Akkolade unten, siehe Seite 20.

Bei **Pop-Ups** und **Roll-Ups** wird die Akkolade links oder rechts oben angebracht, damit sie nicht unten in der „Schmutzzone“ stehen muss und meist auch nicht gut sichtbar wäre. Der Textblock wandert – wie bei den Coverseiten – ins obere Drittel des Sujets.

## GRÖSSEN/POSITIONEN:

**Akkolade:** 1,5–2 N von oben mit einer Breite von 6,5 N (Größenverhältnis von Höhe zu Breite beträgt 1 zu 2,8),

**Logo** 1–1,3 N von oben mit einer Höhe von 1,3–1,5 N

**Text** etwa 4–4,5 N von oben

## HINWEIS:

Bitte die Größenangaben als ungefähre Richtlinien zu sehen. Bei unterschiedlich großen Präsentationssystemen sollte diese optisch zusammenpassen.

## LAYOUT ANWENDUNGEN

ROLL-UPS / POP-UPS

