

N O R D S E E

— MOIN

—  
—  
— DO THE BRAND – SHORTVERSION

— 53° N  
—  
—



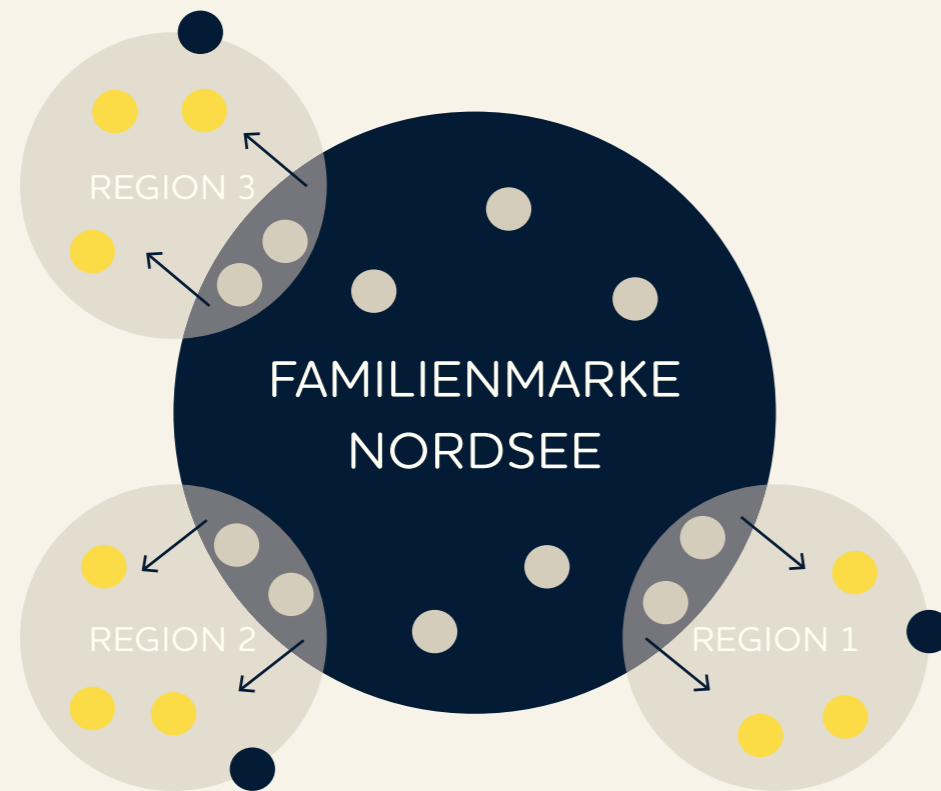
# MARKE

## WIE MAN EINE TOURISMUSMARKE ZUM LEBEN ERWECKT

Um mit der starken Marke Nordsee die Regional- und Ortsmarken zu stärken, entstand die große Idee einer Endorsed Brand. Auf Deutsch bezeichnet man diese Form der Markenarchitektur als Familienmarke: Alle lokalen und regionalen Tourismusorganisationen an der Nordsee in Niedersachsen sollen sich künf-

tig zur Familie der Nordseedestinationen zugehörig fühlen. Durch eine verstärkende Wirkung einer gemeinsam geführten starken Marke sollen vor allem kleine Orte, Regionen und auch die Landkreise selbst profitieren.

Gemeinsam mit eigener Identität – klar erkennbare Zusammengehörigkeit und gemeinsamer Verstärker



## NUTZEN EINER FAMILIENMARKE



### EINIGKEIT & EIGENSTÄNDIGKEIT

Durch die Anwendung der Familienmarke Nordsee wird die Zugehörigkeit zur Nordsee im Design und in der Kommunikation der Marke spürbar. Beteiligte (Regionen) können besser ihr Angebot am Markt platzieren und behalten größtmögliche Eigenständigkeit durch Gestaltungsfreiheit der eigenen Botschaften und des eigenen CDs.



### BÜNDELUNG FINANZIELLER & PERSONELLER RESSOURCEN

Durch die Bündelung von Finanzmitteln, Förderzuschüssen und Personalressourcen für Markenführung z.B. bei Fotoshootings, SEO, Besucherlenkung, Storytelling etc. kann das eingesparte Budget von den Beteiligten (Regionen) für andere Aufgaben eingesetzt werden, wie dem Arbeiten an den eigenen Inhalten etc.



### ERHÖHUNG DER PROFESSIONALITÄT & QUALITÄT

Die Anwendung der Familienmarke Nordsee ermöglicht, dass verschiedene Beteiligte im Gebiet auf Marken-Know-How, Markenelemente wie Bild / Text / Ikonographie / Formensprache etc. zugreifen und gemeinsam ein Netzwerk (z.B. Fotografen-Pool, Redaktion) oder Informationsinfrastruktur nutzen können.



# MARKE

## DIE ESSENZ UND DIE MARKENVISION

### FREIHEIT

„Freiheit“ ist die zentrale, identitätsstiftende Gemeinsamkeit an der Nordsee und löst als verlässlich einlösbares Markenversprechen Sehnsucht bei potenziellen Urlaubern aus. „Freiheit“ soll als konzentrierte Kernbotschaft künftig direkt oder subtil und indirekt bei allen Markenaktivitäten wahrnehmbar werden. Die Essenz erscheint so-

mit nicht unbedingt als Slogan oder Claim in der Werbung, kann jedoch Teil davon sein. Vielmehr gibt sie „innere“ Orientierung, an der sich jede Aktivität in der Markenführung künftig ausrichtet. Mit jeder einzelnen Marketingaktivität soll diese Essenz – für Gäste wie auch Einheimische – spür- und erlebbar werden.

## DIE MARKENWERTE

### ERHOLUNG FÜR DIE SEELE

stolz befreiend handfest nordisch  
stürmisch **FREI** urig treu  
stark wild robust maritim ostfriesisch

### KRAFTVOLL TIEF DURCHATMEN

abenteuerlich praktisch windig frisch  
schnell **AKTIV** neugierig  
anpassungsfähig nautisch rau lebendig

### WEITE ERFAHREN

edel ruhig tiefgründig bunt gelassen  
idyllisch **WEIT** still pur  
gemütlich malerisch ausdrucksstark

## DAS MARKENERLEBNIS



### DIE ECHTE SEE

Küste. Deiche. Kutter. Schiffe. Seehund. Fisch. Ebbe & Flut. Watt. Priele. Wattenmeer. Thalasso. Segel. Hafen. Leuchttürme. Boje. Gischt. Schiffstau.



### NORDISCH DEUTSCHE LEBENSKULTUR

Friesisch herb. Teezeremonie. Goldene Linie. Weser. Strandkorb. Krabbenfischer. Häfen. Melkhus. Friesensport. Parklandschaften. Plattdeutsch. Nordische Geborgenheit / Gemütlichkeit. Walfänger. Sandorn. Friesische Freiheit. Upstalsboom. Lakritz. Grünkohl. Pinkelwurst.



### DAS ECHTE LAND

Schafe. Windmühlen. Reet. Klinker. Fehn. Störche. Gartenkultur. Festland. Moor. Dünen. Deiche. Inseln. Sandbank. Queller. Salzwiese. Brücken. Hofläden. Bauernhöfe.



### DEM ABENTEUER BEGEGNEN

Auswanderer. Entdecker. Aufbruch. Zukunftsorientierung. Windkraft. Windstärke. Seefahrt. Biosphäre. Weltnaturerbe. Wattexpeditionen. Radweg-Legenden. Piraten. Kitesurfen. Segeln. Zugvögel. Meeresleuchten. Friesensport.



# MARKE

## DIE TONALITÄT

### NORDISCH

Leicht, locker und trotzdem seriös. Nüchtern, aber natürlich.

### PLATT

Schon die Sprache klingt aufregend unaufgeregt. Wir lieben die nordische Sprache und verwenden die schönsten Wörter des Norddeutschen.

### COOL

Warm und kühl zugleich. Aber lässig, unkompliziert, freigeistig.

### PUR

Stilvoll, aber reduziert. Unnötiges lassen Nordlichter gerne beiseite.



## DIE WORTWOLKE DER NORDSEE

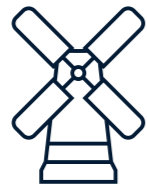
Meeresleuchten Wellen Störche Queller Pferde Heuler Windmühlen Nordseeküste Möwe Die See  
entschleunigen Fischerdorf Meeresklima Kühe einfach Seetang Fehn pur  
verweilen Küste Parklandschaft Weltnaturerbe Reetdächer Inseln Seehunde traditionell Priele  
Waterkant Hafenorte frei Siele Fischhändler Festland abwechslungsreich gemütlich  
Muscheln Dünen Ostfriesen natürlich Gischt idyllisch Boje schwimmen Brücken Friesen  
Leuchttürme aufregend Schafe Schifffahrt Gartenkultur Große Pötte Klinker Deiche Hofladen Moor  
beobachten Strandbäder Strand ankern lehrreich heilsam Fisch gesund draußen  
Sonnenuntergang wolkig Piraten Friesensport Kitesurfen spannend Segeln Salzwiese Offshore  
Leuchfeuer Sandburg fliegen Walfänger Fähre nass Windstärke Wasserblick wattwandern Windkraft  
Parklandschaften Wattwurm Melkhus Friesenpferde Friesen Segelschiff Seefang Küstenorte  
Sandbank Wasser Auswanderer Störtebeker windig sandig Wattexpedition Nationalpark Wattenmeer  
Krabbe Kutter toben Fährhus hübsch Entdecker Wind spielen Windsurfen Friesenstrand  
staunen Labskaus Watt nordisch malerisch Ostfriesentee Ebbe & Flut Sanddorn wild  
Kutterhafen Kluntjes Schietwedder Friesennerz Grünkohl Krabben Upstalsboom  
Seefahrt Thalasso salzig Moin rau Klimahaus Sturmflut Strandkorb maritim lernen  
weit Teezeremonie urig schnacken spazieren Milchbuden entzückend norddeutsch  
abenteuerlich Seemann durchatmen nautisch Krabben pulen Friesische Freiheit Krog Gallern  
stürmisch historisch Plattdeutsch Krabbentag entdecken Friesenfrühstück Pinkelwurst  
Büddel ruhig Klönstudentee Frikadelle flanieren Heimathafen Kutterscholle Fischbrötchen

# DESIGN

## LOGO

N O R D S E E  
— MOIN

## ICONS



## SIGNET

Als weiteres Gestaltungselement gibt es ein Signet. Es zeigt den Breitengrad 53° der Nordsee an und kann in positiv oder negativ verwendet werden.



## FARBWELT



MEER &  
WERTIG

SAND &  
SANFT

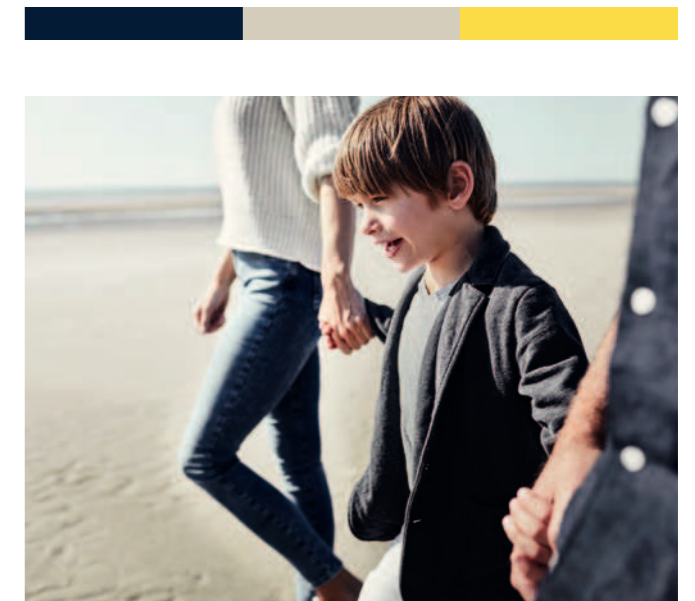
SONNE &  
KRAFTVOLL

# DESIGN

## BILDWELT

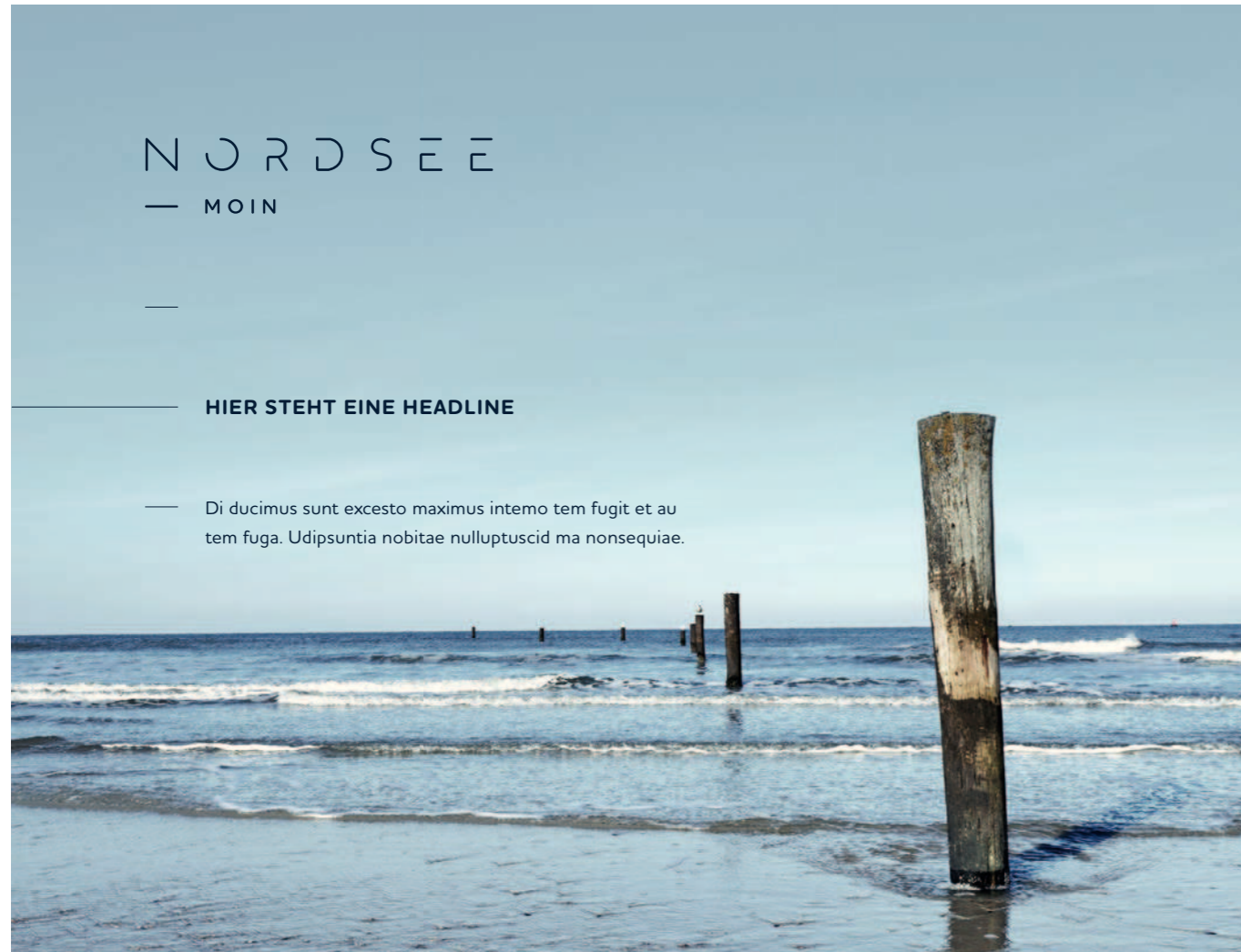
**Weniger ist Meer.** Die Bildwelt lebt von Freiraum und Weite. Die Motive strahlen Ruhe aus und wirken durch die reduzierte Farbpalette natürlich und clean. Bei der Motivwahl ist ebenso auf eine gewis-

se Störungsfreiheit zu achten. Es sollten so wenige Bildelemente wie möglich den Fokus des Motivs verschleiern.



# DESIGN

## ANZEIGEN



# DESIGN

## WERBEMITTEL

