

Stand August 2026

**DONAU
REGION**
OBERÖSTERREICH



DONAUREGION **Brandbook**

Dieses Brandbook definiert die gestalterische Grundlage für den Auftritt der Donauregion Oberösterreich. Es fasst alle zentralen Elemente der Marke zusammen und schafft eine verbindliche Orientierung für alle, die mit der Marke arbeiten – von internen Teams bis zu externen Partner:innen.

Ziel des Brandbooks ist es, einen klaren, konsistenten und wiedererkennbaren Markenauftritt über alle Medien hinweg sicherzustellen. Farben, Typografie, Bildwelt, grafische Elemente und die eigene Markensprache der Donauregion greifen ineinander und formen gemeinsam eine visuelle und sprachliche Identität, die die Besonderheit der Region sichtbar macht.

Die Donau steht dabei sinnbildlich für Verbindung, Bewegung und Orientierung. Diese Idee prägt das gesamte Erscheinungsbild und übersetzt die Region in eine moderne, klare und zeitgemäße Markenwelt. Dieses Brandbook versteht sich als Arbeitsgrundlage und zugleich als lebendiges Dokument. Die Marke Donauregion entwickelt sich weiter – entsprechend wird auch dieses Brandbook laufend ergänzt und aktualisiert. Neue Anwendungen, Erweiterungen und Präzisierungen werden bei Bedarf ergänzt und regelmäßig in aktualisierten Versionen veröffentlicht.



Die Donauregion Oberösterreich ist ein Ruhepol voller Energie.

**Die Donaulinie ist die Verbindung
zur Donau über die Idee von Fluss,
Bewegung und Orientierung.**

Entlang der Donau finden Menschen Raum, um zur Ruhe zu kommen, neue Perspektiven zu entdecken und in Bewegung neue Lebensfreude zu spüren. Der Fluss verbindet Landschaft, Kultur und Menschen – und prägt so die Identität einer Region, die gleichermaßen entschleunigt und inspiriert.

Im Zentrum der Marke stehen drei zentrale Werte: echt, verbunden und frisch. Die Donauregion zeigt sich unverstellt und authentisch – geprägt von einer gewachsenen Landschaft, ehrlicher Gastfreundschaft und Begegnungen mit Menschen, die ihre Heimat mit Überzeugung leben.

Gleichzeitig steht sie für Verbindung: zwischen Orten, Traditionen und Menschen, die hier ein Stück Zuhause auf Zeit finden. Und sie vermittelt Frische – durch Bewegung in der Natur, neue Perspektiven und die Energie, die entsteht, wenn Körper und Geist wieder in Fluss kommen.

Die Donauregion richtet sich an Menschen, die bewusst reisen und echte Erlebnisse suchen. An naturverbundene Entdecker:innen, die Bewegung, Inspiration und Entschleunigung miteinander verbinden möchten. Im Fokus stehen aktive, qualitätsorientierte Reisende, die Natur, Kultur und authentische Begegnungen schätzen und ihre Auszeit bewusst erleben möchten.

Die Marke Donauregion Oberösterreich steht somit für eine Region, die Menschen verbindet, Orientierung gibt und ihnen Raum bietet, um neue Kraft zu schöpfen – authentisch, inspirierend und tief mit ihrer Landschaft verwurzelt.

Unsere Markenzielgruppe sind naturverbundene Entdecker:innen.

Wir wenden uns an Anspruchsgruppen, die sich dem postmateriellen Milieu und des neuen modernen Mainstreams zugehörig fühlen. Gut gebildet. Gutes Einkommen. Initiativ. Erstere tragen tief das Bedürfnis in sich zu Reisen, um zu entdecken, sich zu inspirieren, zu sich zu kommen, ihre wahre Natur zu finden. Zweitere befinden sich in der rush hour des Lebens – sie haben Freude daran Neues zu entdecken, sich auszuprobieren und erlebtes mit ihrer Familie und Freunden zu genießen.

Was diese beiden Gruppen verbindet, ist ihr Wunsch nach Entschleunigung und unverfälschten Erfahrungen. Ihren Rhythmus und Flow finden diese naturverbundenen Entdecker in echten Kontakten und Begegnungen, Landschaften und kulturelle Besonderheiten. Orte mit starker Identität hinterlassen bleibende Eindrücke.

Ihr Anspruch für eine gelungene Auszeit ist reich an Kontrasten. Ein warmer Holzsteg am Morgen, auf dem sie barfuß hinaustreten. Eine Radtour entlang geschichtsträchtiger Orte. Ein Aussichtspunkt an dem sie den Atem anhalten. Ein überraschender Workshop am Nachmittag – Naturfotografie oder lokales Kochhandwerk – Hauptsache echt.

Sie gehören einer Generation an, die gelernt hat, dass Sinn und Erlebnis nicht im Widerspruch stehen müssen. Sie suchen Ruhe und Reibung. Innere Einkehr und äußere Impulse. In Resonanz: mit sich, mit anderen, mit einem Ort, der es ihnen erlaubt, inspiriert UND belebt zurückzukehren.

Dafür steht die Donauregion:
echt. verbunden. frisch.



verbunden

Die Donau verbindet Landschaft, Orte und Menschen. Sie schafft Nähe zwischen Gastgeber:innen und Gästen, zwischen Tradition und neuen Entdeckungen. Die Donauregion versteht sich als Raum der Begegnung – offen, herzlich und miteinander verbunden.

echt

Die Donauregion zeigt sich unverstellt und authentisch. Landschaft, Kultur und Begegnungen wirken nicht inszeniert, sondern gewachsen. Gäste erleben hier eine Region, die ihre Identität ehrlich lebt und ihre Besonderheiten so zeigt, wie sie sind.

frisch

Die Donauregion inspiriert mit neuen Perspektiven und natürlicher Energie. Bewegung in der Natur, überraschende Ausblicke und echte Erlebnisse bringen Körper und Geist in Fluss. Hier entsteht frische Lebensfreude – ruhig, kraftvoll und belebend.



Logo

Hauptversion	7
Logo Schutzzone und Mindestgröße	8
Logo Übersicht	9
Logovarianten	10
Standortvarianten.....	11
Do's and Don'ts	12
Kampagnenclaim Einsatz und Platzierung	13
Farbwelt Palette.....	14

Typografie

Schriftfamilie.....	16
Hierarchie & Anwendungsbeispiele	18
Anwendungsbeispiele	19
Headlines	20

Fotos

Bildwelt.....	21
KI-Kennzeichnung.....	23
Copyright.....	24

Gestaltung

Key Visuals & grafische Elemente	25
Donauwelle.....	26
Vertikale Welle	27
Textauszeichnungen.....	28

Corporate Language

Markensprache.....	29
Gendergerechte Sprache.....	30
Kommunikations-Guideline B2B & B2C	31–32

Anwendungen

Geschäftsdrucksorten und Office	33–39
Beachflag und Roll-Up	40
Power Point	41

Social Media

Übersicht	42
Profilbild und Highlight-Icons.....	43
Schrift.....	44
Gestaltungselemente.....	45–49
Aufbau	50–56
Übersicht Bilder.....	57

Video Overlays	59
Quick Reference.....	60



Hauptform
in Sekundärblau



Donauwelle
in Primärblau

Schutzzone



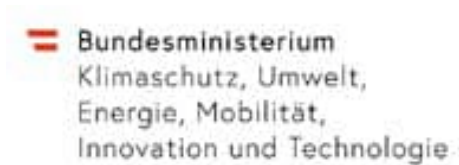
Mindestgröße



Kleiner darf das Logo nicht platziert werden. Andernfalls ist „Oberösterreich“ nicht mehr lesbar.

Schutzzone in Verbindung mit anderen Logos

Die Schutzzone vergrößert sich und beträgt 2x.



Logo Varianten



Graustufen



1c positiv



1c negativ



negativ weiß

Logo auf Primärblau und Bildern mit Hauptanteil Blau

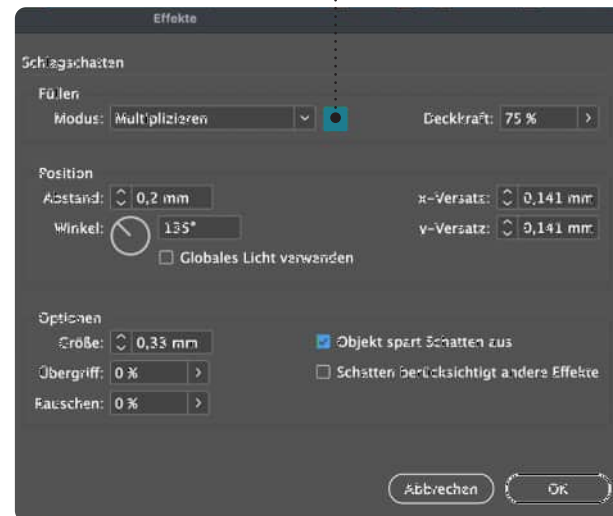


Logo mit leichtem Schatten

Diese Variante kommt nur auf Werbemitteln zum Einsatz, bei deren Produktion wir auf Weiß beschränkt sind, weil das Werbemittel selbst schon Primär- oder Sekundärblau ist.
z. B.: Luftballone, Kugelschreiber etc.



Primärblau

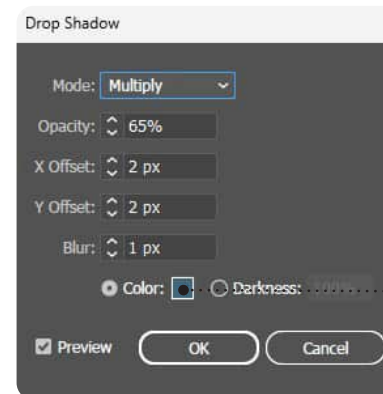


Schatteneinstellungen im InDesign

Logo auf Bildern



Logo ohne Schatten



Primärblau

Schatteneinstellungen in Illustrator

Logo Varianten Grau und Schwarz

Diese Variante kommt nur in Ausnahmefällen zum Einsatz. Zum Beispiel wenn das Werbemittel nur in Graustufen oder Schwarz gedruckt werden kann.



Graustufen



1c positiv

Logo Varianten Englisch

Diese Variante kommt nur auf Fremdsprachen-Werbemitteln zum Einsatz.

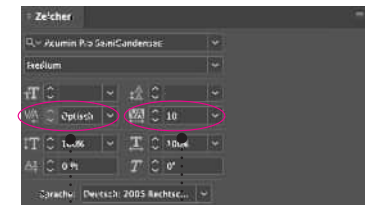
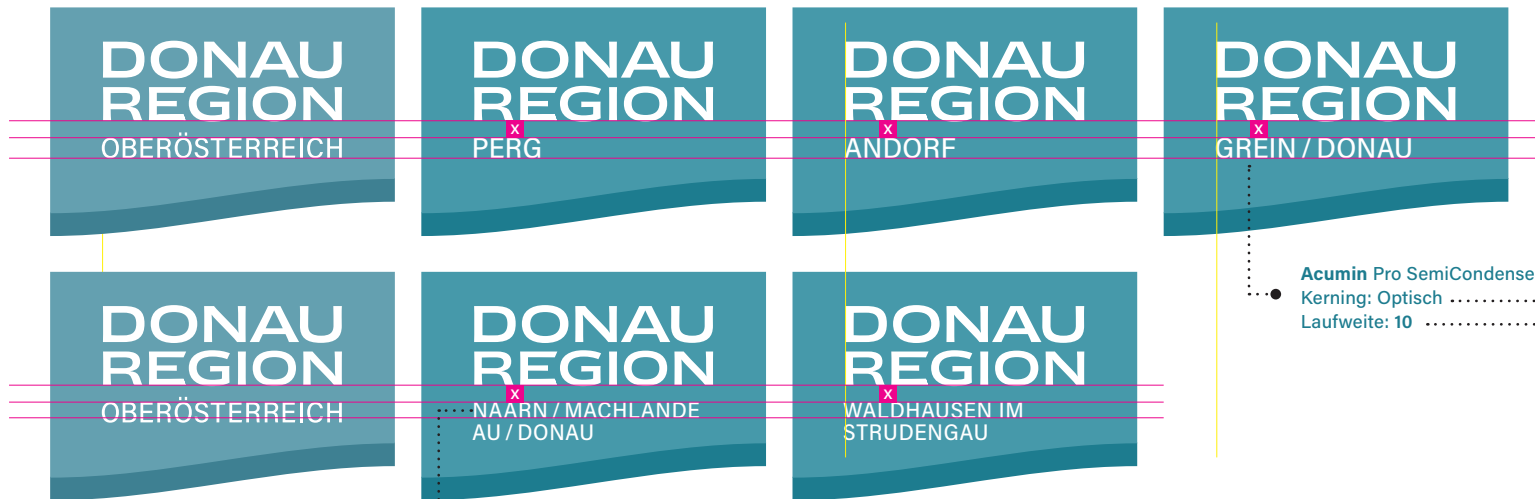


Logo Variante negativ

Diese Variante kommt nur auf Werbemitteln zum Einsatz, bei deren Produktion wir auf Weiß beschränkt sind, weil das Werbemittel selbst schon Primär- oder Sekundärblau ist. z. B.: Luftballone, Kugelschreiber etc.



Diese Variante kommt nur auf Werbemitteln zum Einsatz, bei deren Produktion wir auf Weiß beschränkt sind, weil das Werbemittel selbst schon Primär- oder Sekundärblau ist. z. B.: Luftballone, Kugelschreiber etc.

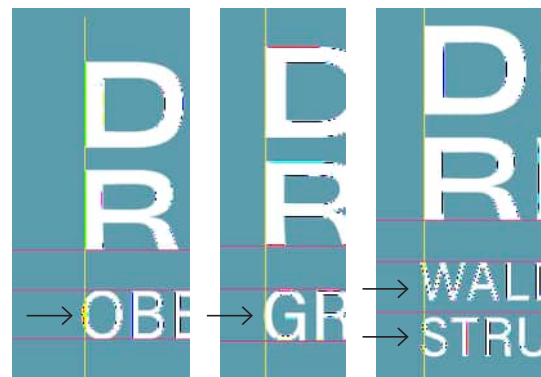
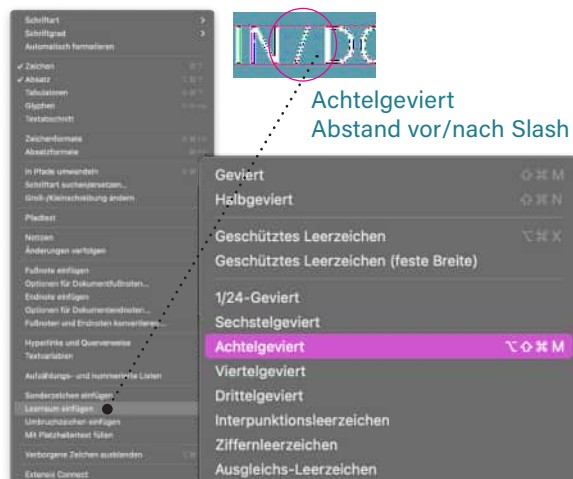


Acumin Pro SemiCondensed Medium
Kerning: Optisch
Laufweite: 10

- Acumin Pro SemiCondensed Medium
Größe: 14,5 pt / Zeilenabstand: 14,5 pt
Kerning: Optisch
Laufweite: 20

ACHTUNG: die Schriftgröße bzw. der Zeilenabstand bezieht sich auf die hier verwendete Logo-/Seitengröße. Ändert sich proportional bei Vergrößerung bzw. Verkleinerung des Gesamtlogos.

Achtung!



optischer Randausgleich

Unzulässige Logo-Darstellungen



nicht verzerren



nicht neigen



nicht drehen



Schatten nicht verändern



nicht direkt über Personen



nicht umfärben



keine Kontur ergänzen



nicht nur Schriftzug verwenden

Zulässige Logo-Darstellungen



Auf Primärblau nur mit Schatten.
Schatteneinstellungen siehe Seite 08.



Einsatz

Der Kampagnenclaim kommt zum Einsatz, wenn das Werbemittel als Inspiration interpretiert werden kann. Wenn quasi ein Entdeckungs-Tipp gegeben wird – dann kommt der Kampagnenclaim dazu.

~ in Versalien

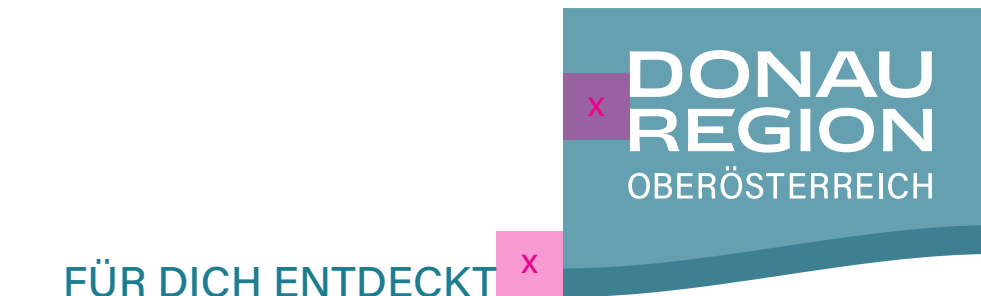
~ kein Punkt oder Doppelpunkt am Ende

FÜR DICH ENTDECKT

Acumin Pro Medium

Platzierung

Zwei Platzierungen sind für den Kampagnenclaim zulässig. Oberhalb oder linkerhand des Logos.



Die Donauregion Oberösterreich arbeitet mit zwei zentralen Blautönen als visuelle Basis der Markenwelt.

Das **Primärblau** prägt den Hauptauftritt und sorgt für Wiedererkennbarkeit, während das **Sekundärblau** zur Akzentuierung und für zusätzliche Tiefe eingesetzt wird.

Die Blautöne leiten sich aus der Idee von Fluss, Bewegung und Orientierung ab und übersetzen die Donau als verbindendes Element der Region in eine moderne, zeitgemäße Farbwelt. Sie vermitteln Ruhe, Vertrauen und Klarheit und unterstützen einen konsistenten Auftritt über alle Medien hinweg.

Durch das Zusammenspiel von hell und dunkel entsteht eine flexible Farbpalette, die sowohl für großzügige Flächen als auch für gezielte Hervorhebungen eingesetzt werden kann.

Primärblau

CMYK	65	0	10	45
sRGB	43	126	147	
Hex	#2b7e93			
Pantone	7698 C 2209 U			

Sekundärblau

CMYK	55	0	10	30
sRGB	88	157	176	
Hex	#589db0			
Pantone	7696 C 2206 U			

Weiß

CMYK	0	0	0	0
sRGB	255	255	255	
Hex	#ffffff			

Schwarz

CMYK	0	0	0	100
sRGB	0	0	0	
Hex	#000000			
Pantone	Process Black C			

Primärblau

100 %

Hauptfarbe

80 %

Abstufungen für Gestaltungselemente um Kontraste zu schaffen.

Für Fremdsprachenheadlines

40 %

Abstufungen für Gestaltungselemente um Kontraste zu schaffen.

Sekundärblau

100 %

Hauptfarbe

80 %

Abstufungen für Gestaltungselemente um Kontraste zu schaffen.

40 %

Abstufungen für Gestaltungselemente um Kontraste zu schaffen.

15 %

Abstufungen für Gestaltungselemente um Kontraste zu schaffen.

Für Donaulinie auf weißem Hintergrund.

Schwarz

100 %

80 %

Für Fremdsprachenfließtexte

Die Typografie prägt maßgeblich den visuellen Charakter der Marke Donauregion Oberösterreich. Sie sorgt für Klarheit, Lesbarkeit und einen konsistenten Auftritt über alle Medien hinweg. Durch die Kombination aus markanter Headline-Schrift und ruhiger, gut lesbarer Fließtextschrift entsteht ein modernes, zugängliches Schriftbild, das zur Offenheit und Weite der Region passt.

Die Schriftfamilie **Acumin Pro** bildet die typografische Basis der Markenkommunikation. Sie wird für Fließtexte, Subheadlines und viele Headlines eingesetzt und sorgt durch ihre klare, zeitgemäße Gestaltung für eine gute Lesbarkeit in Print- und Digitalmedien.

Für prägnante Headlines kommt zusätzlich **Bemio Italic** zum Einsatz. Die Schrift verleiht Überschriften eine eigenständige, dynamische Anmutung und schafft einen hohen Wiedererkennungswert innerhalb des Erscheinungsbildes.

Für Anwendungen im Web sowie für Office-Dokumente und Wordvorlagen wird **Open Sans** verwendet. Diese Schrift gewährleistet eine stabile Darstellung auf unterschiedlichen Systemen und Geräten.

In technischen Anwendungen, in denen keine der genannten Schriften verwendet werden kann – etwa in E-Mail-Signaturen – kommt **Arial** als Systemschrift zum Einsatz.

Als gestalterisches Detail kann die **Donauwelle** auch als Aufzählungszeichen eingesetzt werden und verbindet so typografische Elemente subtil mit der visuellen Identität der Marke.



Acumin Pro

Fließtext, Headlines und Subheadlines



Bemio Italic

Primärschrift für Headlines



Open sans

Web, Social Media, Wordvorlagen



Arial

Anwendungen wo alle oben genannten Schriften aus technischen Gründen nicht eingesetzt werden können.
z. B.: E-Mail Signatur



Donauwelle als Aufzählungszeichen



Lizenzhinweis Schriften:

Die Schrift Bemio Italic wurde für die Markenkommunikation der Donauregion lizenziert. Sie darf ausschließlich innerhalb dieses Einsatzbereichs verwendet werden. Für jede Nutzung außerhalb der Donauregion muss eine eigene Lizenz erworben werden.

Die Schrift Acumin Pro steht über Adobe Fonts zur Verfügung und kann bei vorhandenem Adobe-Zugang aktiviert werden. Die Nutzung erfolgt gemäß den Lizenzbedingungen von Adobe.

Open Sans und Arial dienen als technische Ersatz- und Anwendungsschriften. Open Sans kann bei Bedarf eingebunden oder installiert werden, Arial wird als vorhandene Systemschrift genutzt.

SCHÖNE

Acumin Pro Bold

Aussichten

Bemio Italic

FÜR DICH ENTDECKT

Anwendungsrichtlinie siehe Seite 18

~ Acumin Pro Light
Acumin Pro Light Italic
Acumin Pro Regular
Acumin Pro Medium
Acumin Pro Medium Italic
Acumin Pro Semibold
Acumin Pro Bold
Acumin Pro Black

***In alle Himmels-
richtungen loswandern.***

Acumin Pro Condensed Medium
Acumin Pro Condensed Medium Italic
Acumin Pro Condensed Semibold
Acumin Pro Condensed Bold
Acumin Pro Condensed Black



MEHR ERLEBEN IN DER **Donauregion** **Oberösterreich**

**Tauche ein in die Donauregion in Oberösterreich
und genieße zahlreiche Vorteile!**

Experience more of the Danube region

Dive into the Danube region in Upper Austria and enjoy numerous benefits!

So funktioniert es:

Du erhältst deine persönliche DONAU.Erlebnis Card bereits **ab einer Übernachtung** ausschließlich in deiner Unterkunft und kannst die Leistungen zu den ausgewiesenen Terminen der einzelnen Leistungspartner in Anspruch nehmen. (Achtung: teilweise Anmeldung erforderlich).

Ab zwei Übernachtungen kannst du zusätzlich kostenlose Fährfahrten in Anspruch nehmen.

Die DONAU.Erlebnis Card ist nicht übertragbar und nur für die auf der Karte eingetragene Person und Aufenthaltsdauer inkl. An- und Abreisetag gültig und kann bei Missbrauch ohne Ersatz sofort eingezogen werden. Alle Leistungspartner der DONAU.Erlebnis Card sind außerdem berechtigt, einen Identitätsnachweis zu verlangen.

Sollte wetterbedingt oder auf Grund höherer Gewalt das Angebot nur zum Teil oder überhaupt nicht genutzt werden können, hat der Gast keinen Anspruch auf Rückerstattung oder andere Ersatzleistungen. Es gelten die AGB der DONAU.Erlebnis Card unter www.donauregion.at, sowie die Beförderungsbestimmungen und Geschäftsbedingungen der einzelnen Leistungspartner. Ausführliche Informationen zur DONAU.Erlebnis Card findest du unter donaucard.info

How it works:

You receive your personal DONAU.Erlebnis Card **for stays of one night** or more exclusively from your accommodation provider and can then avail of the services provided by individual services partners at the times/dates stated. (Please note: registration is required for some services). **For stays of two nights or more** you also get to avail of free ferry rides.

The DONAU.Erlebnis Card is non-transferable and can only be used by the person registered on the card and for the duration of their stay, incl. their arrival and departure days. In the event of misuse the card will be rescinded immediately, with no replacement provided. All DONAU.Erlebnis Card service partners are also entitled to ask for proof of identity.

If due to weather conditions or force majeure, the offer can only be used in part, or not at all, the guest has no claim to refund or any other replacement services. General terms and conditions for the DONAU.Erlebnis Card at www.donauregion.at apply, as do the transport regulations and terms and conditions of individual service partners. Detailed information about the DONAU.Erlebnis Card can be found at donaucard.info

Preheadline – Acumin Pro Medium
Primärblau

Headline – Bemio Italic
Schriftgröße=x pt und Zeilenabstand=x pt
Primärblau

Anriss – Acumin Pro Semibold
Schriftgröße=x pt und Zeilenabstand=x pt
Schwarz

Fremdsprachen Headline –
Acumin Pro Semibold Italic
Schriftgröße=x pt und Zeilenabstand=x+1 pt
80 % Primärblau

Fremdsprachen Subline –
Acumin Pro Semibold Italic
Schriftgröße=x pt und Zeilenabstand=x+1 pt
80 % Schwarz

Fremdsprachen Absatzheadline
Acumin Pro Bold Italic
Schriftgröße=x pt und Zeilenabstand=x pt
80 % Primärblau

Absatzheadline – Bemio Italic
Schriftgröße=x pt und Zeilenabstand=x pt
Primärblau

Fremdsprachen Fließtext –
Acumin Pro Light Italic
Schriftgröße=x pt und Zeilenabstand=x+2 pt
Hervorhebungen – Acumin Pro Semibold
80 % Schwarz

Fließtext – Acumin Pro Light
Schriftgröße=x pt und Zeilenabstand=x+2 pt
Hervorhebungen – Acumin Pro Semibold
Schwarz

Bei Deutsch + Fremdsprache in einem Dokument ist die Schriftgröße des Fremdsprachen-Fließtextes immer um 1pt kleiner als der deutsche Fließtext

Unzulässige Anwendungen



Schrift darf nicht die selbe Farbe wie der Hintergrund haben und dann versucht man mit Schlagschatten, Kontur etc. die Schrift lesbar zu machen



Schriftfarbe nicht so wählen, dass sie zu wenig Kontrast zum Bild hat und damit nicht lesbar ist.



nicht direkt über Personen oder der Hauptsehenswürdigkeit im Bild

Zulässige Anwendungen



Schrift muss immer genügend Kontrast zum Bild oder Farbfläche dahinter haben. Die Lesbarkeit steht hier an erster Stelle.



Oberste Priorität bei der Gestaltung der Schrift hat die Lesbarkeit.

Proportion von Headline und Preheadline

Das Größenverhältnis orientiert sich am längsten Wort der Headline. Davon ausgehend ergibt sich die Größe der Preheadline, die in etwa der Hälfte des längsten Wortes entsprechen sollte. Dies dient lediglich als Orientierung und ist in der Praxis nicht immer sinnvoll einsetzbar.



Don'ts

ERLEBNIS
**Donauregion
Oberösterreich**

Note: Größenverhältnis falsch. Preheadline zu groß.

UNSER SPANNENDES ERLEBNIS IN DER
**Donauregion
Oberösterreich**

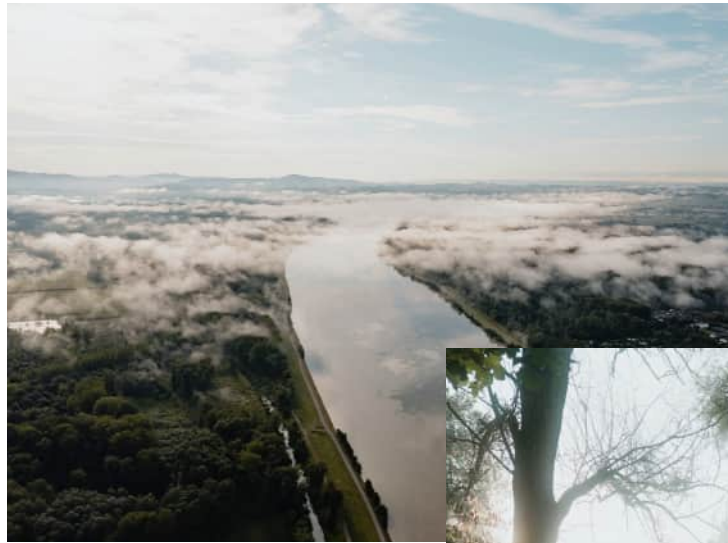
Note: Preheadline zu lang. Insgesamt länger als längstes Wort der Headline.

MEIN FASZINIERENDES NATURERLEBNIS IN DER
**Donauregion
Oberösterreich**

Note: Größenverhältnis falsch. Preheadline zu klein.

Die Bildwelt der Donauregion Oberösterreich lebt von Authentizität. Sie zeigt echte Momente statt touristischer Inszenierung und vermittelt das Gefühl, selbst Teil dieser Landschaft zu sein. Menschen erleben die Region in ihrem eigenen Rhythmus – unterwegs entlang der Donau, auf einer Radtour, beim Blick über den Fluss oder in einem ruhigen Moment am Wasser.

Dabei entsteht eine besondere Resonanz zwischen Mensch und Landschaft. Die Bilder verbinden Ruhe und Bewegung: weite Perspektiven entlang der Donau treffen auf persönliche Augenblicke, die Nähe zur Natur spürbar machen. Diese Verbindung transportiert das Lebensgefühl der Region – Freiheit, Weite und den natürlichen Flow entlang des Flusses.



Die Fotografie arbeitet bewusst mit überraschenden Blickwinkeln und neuen Perspektiven. Großzügige Landschaftsbilder wechseln sich mit intimen Momenten ab, die Menschen in Beziehung zur Umgebung zeigen.

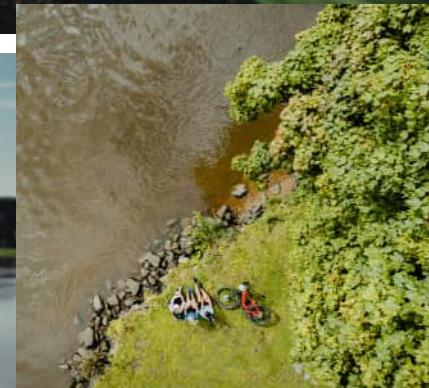
Die Bildbearbeitung unterstützt diese Atmosphäre: natürliche Farben, weiche Kontraste und eine ruhige, harmonische Tonalität prägen den Look. Himmel, Lichtstimmungen und Landschaft wirken klar und weit, ohne künstlich verstärkt zu werden. Die Retusche bleibt bewusst zurückhaltend und sorgt für eine hochwertige, zeitlose Bildwirkung, ohne den authentischen Charakter der Motive zu verändern.



AI-modified



AI-modified



AI-modified



Kennzeichnungspflicht EU AI Act August 2026

KI-generierte oder -modifizierte Inhalte müssen laut den EU AI Act Richtlinien gekennzeichnet werden.

Für die Kennzeichnung werden ausschließlich diese Labels verwendet. Diese stehen in CMYK und sRGB zur Verfügung. Die Farbe kann je nach Sujet gewählt werden. Welches am besten mit dem Bild harmonisiert und trotzdem ausreichend sichtbar ist.

AI-generated

AI-modified

AI-generated

AI-modified

AI-generated

AI-modified

AI-generated

AI-modified

Bei Inseraten wird das Label mit kleinem Abstand neben der Copyright-Kennzeichnung platziert. Das Label wird zentriert ausgerichtet zur Schrift.

KI-SERVICESTELLE DER RTR

Die in der RTR eingerichtete Servicestelle für Künstliche Intelligenz dient als Ansprechpartner und Informationshub einer breiten Öffentlichkeit zum Thema KI.

<https://www.rtr.at/rtr/service/ki-servicestelle/ki-servicestelle.de.html>

AI CHATBOT DER RTR

<https://chat.ki.rtr.at/de/>

OFFIZIELLE INFOS EU KOMMISSION

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eu-icons-labelling-ai-generated-content>

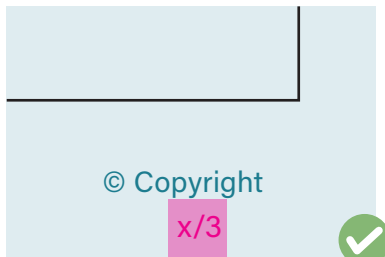
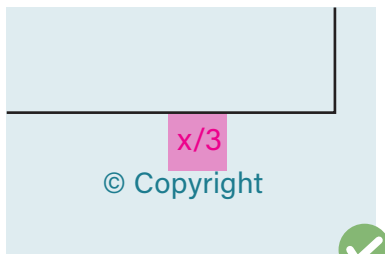


Bei Social Media auf den Rahmen stellen und auf jedem Slide auf dem ein KI-generiertes oder -modifiziertes Bild vorkommt platzieren. Dabei ist auf die Safe Zones der Plattform zu achten, damit kein Label vom UI überdeckt wird.



Auf nahezu allen Bildsujets ist eine Copyright-Kennzeichnung vorzusehen. Die genaue Ausführung (Inhalt, Schreibweise und Platzierung) wird in Abstimmung mit dem Auftraggeber festgelegt.

Copyright-Kennzeichnung



Der Abstand der Copyright-Kennzeichnung richtet sich ans Logo am Sujet. **Der Abstand x aus dem Logo wird gedrittelt.**

Dieser Abstand sollte **mindestens** entweder zum Sujetrand oder zum Rahmen eingehalten werden.

Dies ist ein Mindestwert und kann auch gerne größer ausfallen, falls es das Sujet verlangt.

Die Platzierung näher am Rahmen sollte bevorzugt werden. Dabei ist es am wichtigsten, dass die Kennzeichnung lesbar ist.



Social Media Icons



Rad



Wandern



Gesundheit



Kultur



Familie



Kulinarik



Menschen



Advent



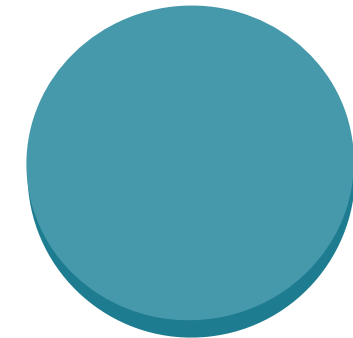
Event

Gepunktete Linien mit Wegpunkten

Kommt hauptsächlich zum Einsatz wenn konkrete Inhalte (Texte) verbunden werden bzw. grafischer Zusammenhalt geschaffen wird.

In Ausnahmefällen darf die Linie als einzelnes Gestaltungselement auf einfarbigen Hintergründen eingesetzt werden.

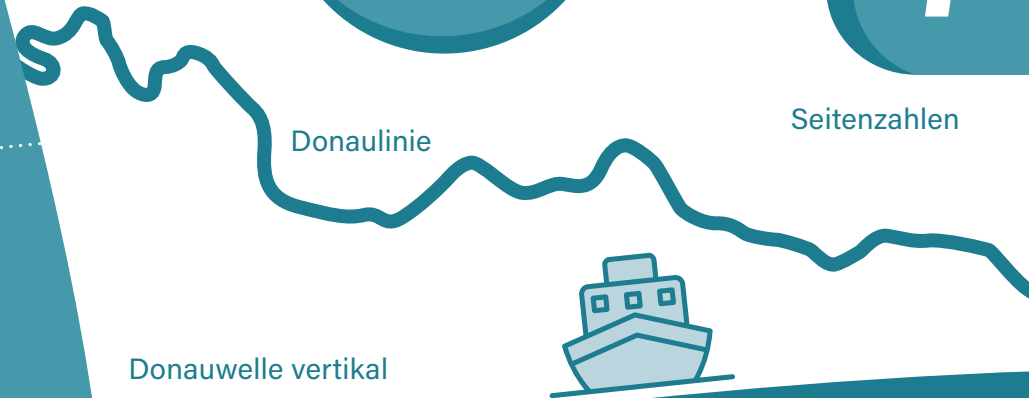
Donauwelle horizontal



Störer



Seitenzahlen



Donaulinie

Donauwelle vertikal

Die Donauwelle:

- ~ nur am unteren Seitenrand platzieren
- ~ nicht rotieren
- ~ darf horizontal gespiegelt werden (nicht vertikal)
- ~ muss deutlich als Welle erkennbar sein
- ~ darf nicht zu schmal auf einer Seite zulaufen
- ~ darf nicht verzerrt werden

Horizontal gespiegelt
Primärblau 40 %

Primärblau

weiß

Sekundärblau 40 %

Sekundärblau

Die vertikale Donauwelle:

- ~ zur Teilung der Seite in zwei Bereiche
- ~ nicht rotieren
- ~ darf vertikal gespiegelt werden (nicht horizontal)
- ~ muss deutlich als Welle erkennbar sein
- ~ darf nicht zu schmal auf einer Seite zulaufen
- ~ darf nicht verzerrt werden

Primärblau

Primärblau 40 %

weiß

Sekundärblau
vertikal gespiegelt

Sekundärblau 40 %
vertikal gespiegelt

Unterstreichungen und Hervorhebung.

Highlight-Text

Auf weißem Hintergrund in Sekundärblau 15 %

Highlight-Text

Auf Sekundärblau in Weiß mit 30 % Deckkraft

Highlight-Text

Textboxen

Highlight-Text

Highlight-Text

Highlight-Text

Highlight-Text

Boxen können auch abfallend platziert werden.

Auszeichnungsboxen



Hier ist nur eine kleine Auswahl an möglichen Icons abgebildet.

Die Sprache der Donauregion Oberösterreich ist persönlich, nahbar und inspirierend. Sie richtet sich nicht an eine anonyme Masse, sondern spricht Leser:innen direkt an – so, als würde man einem guten Freund einen besonderen Ort entlang der Donau zeigen.

Texte erzählen Erlebnisse statt sie zu bewerben. Sie machen Orte, Wege und Begegnungen lebendig und laden dazu ein, die Region selbst zu entdecken. Dabei steht immer die Perspektive der Leser:innen im Mittelpunkt: Was können sie hier erleben, spüren oder entdecken?

Die Tonalität bleibt ruhig und authentisch. Ein stiller Satz überzeugt hier mehr als laute Versprechen oder Superlative. Statt großer Worte setzt die Kommunikation auf klare Bilder im Kopf – kleine emotionale Details statt austauschbarer Allgemeinplätze.

Der Kampagnenclaim „FÜR DICH ENTDECKT“ bringt dieses Prinzip auf den Punkt: Die Donauregion teilt ihre schönsten Plätze, Wege und Erlebnisse wie einen persönlichen Tipp – offen, ehrlich und mit echter Verbundenheit zur Region.

Advertorial

DONAUREGION

Die Kraft des Staunens

Was bringt 2026? Unvergessliche Momente in der schönsten Flusslandschaft Europas.

FAMILIENURLAUB FÜR GEMEINSAME MOMENTE
Freuen sich die Kids, freuen sich die Erwachsenen. In der Donauregion warten Entspannung und Action für Groß und Klein. Erholungs Freizeitanlagen, spannende Abenteuer und Entdeckungstouren bei Outdoor-Escape-Spielen. Urlaub am Bauernhof und herzliche Unterkünfte mit familiären Gastgebern machen jeden Urlaub zu einem unvergesslichen Erlebnis.

DEIN REISEBEGLEITER FÜR FREIZEITAKTIVITÄTEN
Entdecke die Donauregion mit der DONAU Erlebnis Card 2026. Die kostenlose Gästekarte ist Wegbegleiter im Urlaub. Sie bietet Vorteile bei über 80 Partnern, und das ab der ersten Nacht. Schon ab zwei Übernachtungen sind beispielsweise Fahren und der Eintritt ins IKUNA enthalten. Mehr auf guide.donaucard.info

AUF DEM RAD EINEN GANG RUNTERSCHALTEN
Flussabwärts an Wiesen und Wäldern vorbei sind die Ketten ihr lang gesungenen Ritters. Zwischen Schärding und Grein locken Inn- und Donauradwege sowie 15 E-Bike-Genussstrecken. Fahren und Brücken verbinden Ufer und laden ein zur gemächlichen Rast in einer der vielen Jausestationen.

LOSWANDERN UND GLÜCKSAKKU AUFLADEN
Nirgends lässt sich die Zeit so wunderbar dehnen und Kraft tanken wie beim Wandern. In der Donauregion ist für alle was dabei. Von Genusswegen bis Tagesstrecken: Panoramen,

Radfahren am Donauradweg

Auf zwei Rädern den Fluss und seine Geschichte erleben

Die Kette schnurrt, der Geist wird frei. Radfahren in der Donauregion ist ein Lebensgefühl. Der erste Abschnitt des Donauradwegs Passau-Wien führt von der Drei-Flüsse-Stadt durch das oberösterreichische Donautal bis Grein. In insgesamt 6 Etappen nördlich und südlich der Donau können Sie Ihre Fahrradtour auf dieser perfekt ausgebauten, idyllischen Strecke nach Ihren Vorstellungen planen. Beeindruckende Sehenswürdigkeiten grüßen Sie schon von weitem und laden zu einem Zwischenstopp ein. Dabei werden Sie von moosig-frischem Duft des Flusses und seinem beruhigenden Rauschen begleitet.

Aufsteigen, losstrampeln und durchatmen: auf 15 traumhaften E-Bike-Radtouren von Schärding bis Grein erwarten euch tolle Ausblicke, blühende Wiesen und erholsame Momente.

Die Donauregion kommuniziert bewusst inklusiv und verwendet in allen internen und externen Kommunikationsmitteln den Gender-Doppelpunkt als einheitliche Form der geschlechtergerechten Sprache. Diese Schreibweise macht alle Geschlechter sichtbar und unterstützt eine inklusive, zeitgemäße und respektvolle Kommunikation.

Der Gender-Doppelpunkt wird zwischen Wortstamm und Endung gesetzt, zum Beispiel: Besucher:innen, Radfahrer:innen, Tourist:innen oder Teilnehmer:innen.

Beim Lesen wird an der Stelle des Doppelpunkts eine kurze Sprechpause gemacht. Zudem gilt diese Form als vergleichsweise barrierearm, da sie von vielen Screenreadern gut verarbeitet werden kann.

Die Verwendung des Gender-Doppelpunkts erfolgt konsequent und einheitlich in allen Texten, sofern keine rechtlichen, technischen oder redaktionellen Vorgaben dagegensprechen.

Wo eine gegenderte Form sprachlich unpassend erscheint, werden nach Möglichkeit geschlechterneutrale Formulierungen verwendet, wie etwa Personen, Reisende oder Gäste.

Besucher:innen
Radfahrer:innen
Tourist:innen

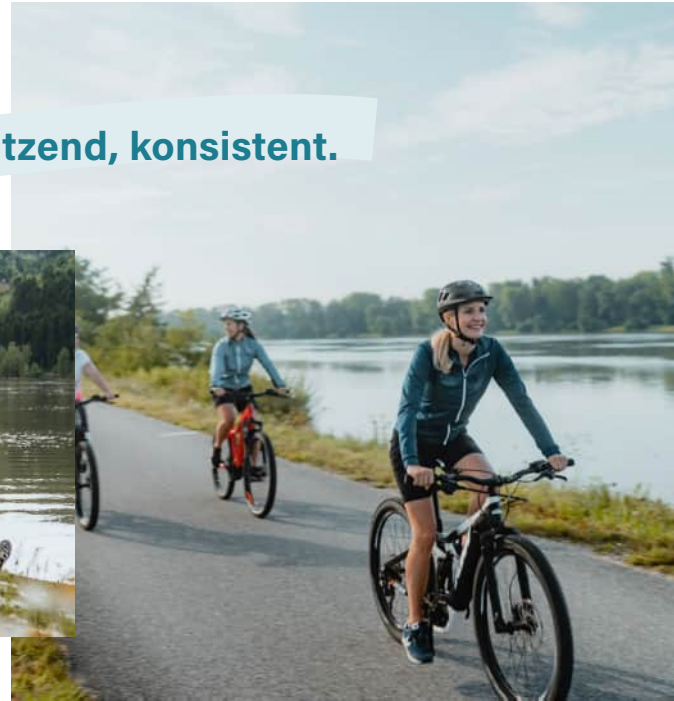
Unsere Kommunikation hat Haltung.



**Du im Gästekontakt.
Sie im B2B.
Grundprinzip: Haltung vor Anrede**

Unsere Kommunikation folgt nicht einer reinen Du/Sie-Regel, sondern einer klaren Haltung: Wir kommunizieren persönlich, wertschätzend und auf Augenhöhe. Tonalität und Anrede richten sich nach Kontext, Beziehung und Zielgruppe.

Klar, wertschätzend, konsistent.



Beispiel Einstieg bei Gästeanfragen:

Liebe Frau [Name]/Lieber Herr [Name],

danke für die Anfrage. Wir freuen uns über das Interesse an der Donauregion Oberösterreich.

Weil unser Claim „FÜR DICH ENTDECKT“ für Nähe und persönliche Begegnungen steht, möchten wir unseren Gästen auch so begegnen: persönlich, offen und mit einem wertschätzenden Du auf Augenhöhe – wie es bei uns in Oberösterreich ganz selbstverständlich ist.

Quick-Check: du oder Sie?

Kontext	Anrede	Warum
B2C (Kampagnen)	Du	Emotional, einladend, zeitgemäß
Website (Gäste)	Du	Einheitliches Markenerlebnis
Social Media (B2C)	Du	Nähe, Dialog, Community
Prospektanfragen (Gäste)	Du	persönlicher Service
Newsletter (B2C)	Du	Beziehung statt Distanz
B2B (Gemeinden, Betriebe, Partner)	Sie (Ausnahme möglich, wenn Du vorher schon bestand oder angeboten wird)	Professionalität & Respekt
Offizielle Schreiben/Verträge	Sie	formale Klarheit
Presse	Sie (Ausnahme möglich, wenn Du vorher schon bestand oder angeboten wird)	journalistischer Standard





HIER STEHT EINE PRELINE
Hier steht ein langer spannender Satz

Hier steht ein langer spannender Satz
HIER STEHT EINE ETWAS LÄNGERE SUBLINE



21.11.25-25.01.26
Lichterwelt Ikuna Naturresort
NATTENBACH

HIER STEHT EINE PRELINE
Hier steht ein langer spannender Satz



STARTORT
4100 Ottensheim
ZIELORT
4100 Ottensheim
WETTER
März bis Oktober
RUNDTOUR
5/5

Highlights
~ Feldkirchner Badeseen
~ Donaujuwel Aschach an der Donau
Kunstvolle Bürgerhäuser, Pfarrkirche mit Donaukreuz
~ Klosterkirche Puppung
Sterbestätte des Hl. Wolfgangs

Jetzt auf Entdeckung gehen!



Wir bieten
~ Hier steht ein Satz.
~ Hier steht noch ein Satz.
~ Hier steht ein Satz.
~ Hier steht noch ein Satz.
~ Hier steht ein Satz der über zwei Zeilen geht.

Deine Aufgaben
~ Hier steht ein Satz.
~ Hier steht noch ein Satz.
~ Hier steht ein Satz.
~ Hier steht noch ein Satz.
~ Hier steht ein Satz.

Bewirb dich jetzt!
~ donauregion.at

Quick Reference

Dieses Brandbook bildet die Grundlage für einen klaren, konsistenten und starken Markenauftritt der Donauregion Oberösterreich. Wenn alle Elemente bewusst und einheitlich eingesetzt werden, entsteht ein Erscheinungsbild, das Orientierung schafft, Wiedererkennbarkeit stärkt und die Besonderheit der Region sichtbar macht.

Gemeinsam sorgen wir dafür, dass die Marke Donauregion Oberösterreich lebendig bleibt – klar, wiedererkennbar und mit Freude eingesetzt.

Bildhinweis

Die in diesem Dokument verwendeten Fotografien stammen von: © CM Visuals; © Studio Draussen; © Kuscheiart; © IKUNA Naturresort, © LM Media



**Lasst uns das Design
gemeinsam zum Leben erwecken!**

- Bei Fragen zur Anwendung, bei Unklarheiten oder wenn neue Umsetzungen geplant sind, zögere bitte nicht, uns zu kontaktieren.

Kontakt

WGD Donau Oberösterreich Tourismus GmbH
Tourismusverband Donauregion Oberösterreich
office@donauregion.at
+43 732 7277-800