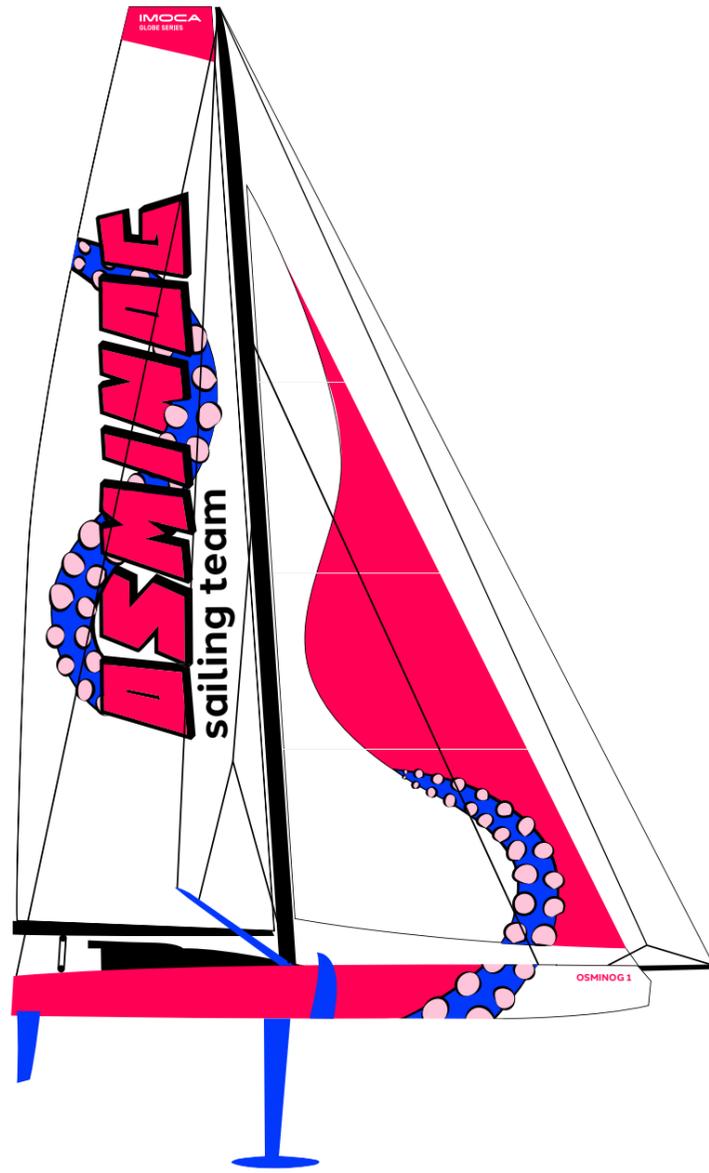


# Osminog Sailing Team

## Design Manual



# Inhalt

<b>Das Team</b>	<b>3</b>
<b>Zielgruppe</b>	<b>4</b>
<b>Logodesign</b>	<b>5</b>
<b>Logo-Richtlinien</b>	<b>6</b>
<b>Schriftarten</b>	<b>7</b>
<b>Corporate Colors</b>	<b>8</b>
<b>Key Visual</b>	<b>9</b>
<b>Visitenkarte</b>	<b>10</b>
<b>Briefbogen</b>	<b>11</b>
<b>Bootsgestaltung</b>	<b>12</b>
<b>Kleidung</b>	<b>13</b>

# Das Team

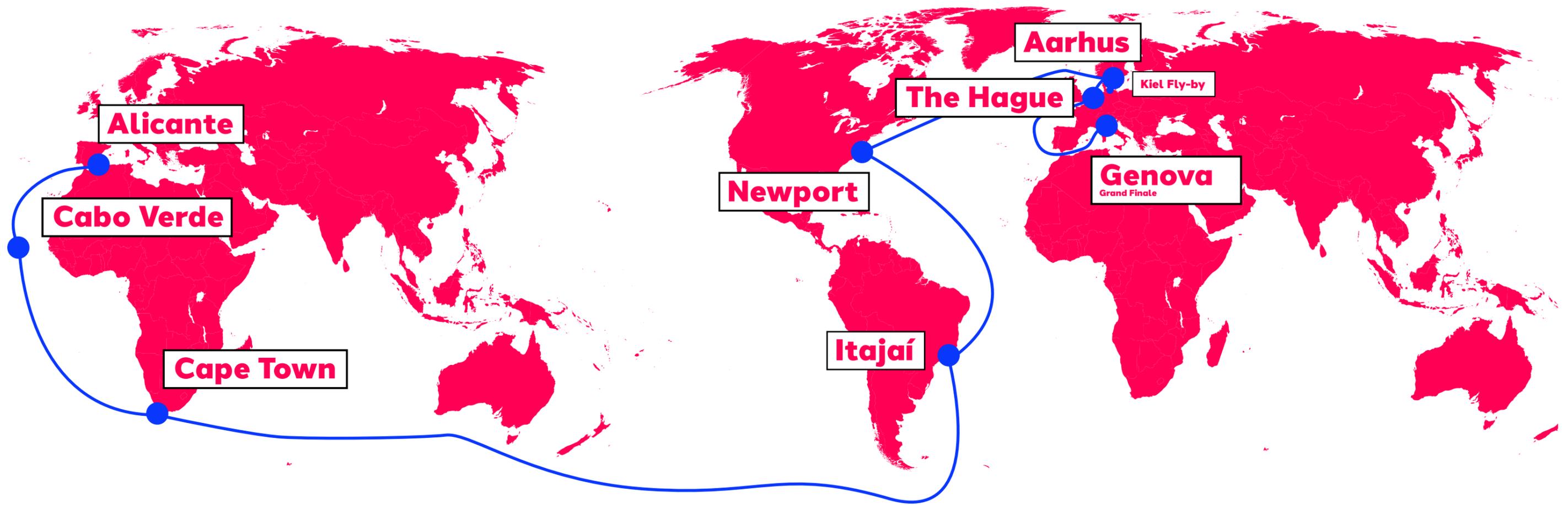
Das Osminog Sailing Team ist ein **professionelles Offshore-Segelteam** welches sich im Aufbau befindet und an internationalen **Hochseeregatten** (Vendée Globe, The Ocean Race) teilnehmen soll.

Das Team vertritt die **Rolle eines Underdogs**, der neu im Regattageschäft ist, frischen Wind in diese etwas verstaubte Szene bringt und dabei **neue Zielgruppen** anspricht.

Das Wort „Osminog“ ist die deutsche Übersetzung des russischen Worts „Krake“.

Das Segelteam verfügt über 4 Skipper und eine Shore-Crew von 15 Personen, die sich um Belange des Team-Managements sowie der Öffentlichkeitsarbeit kümmert.

Materielles Kernstück des Segelteams ist ein 60 Fuß (ca. 18 Meter) langes **Segelboot der IMOCA-Klasse**, welches zur Teilnahme an den genannten Offshore-Regatten berechtigt ist.



Route der Hochseeregatta The Ocean Race 2022-23  
© <https://www.theoceanrace.com/en/route.html>

# Zielgruppe

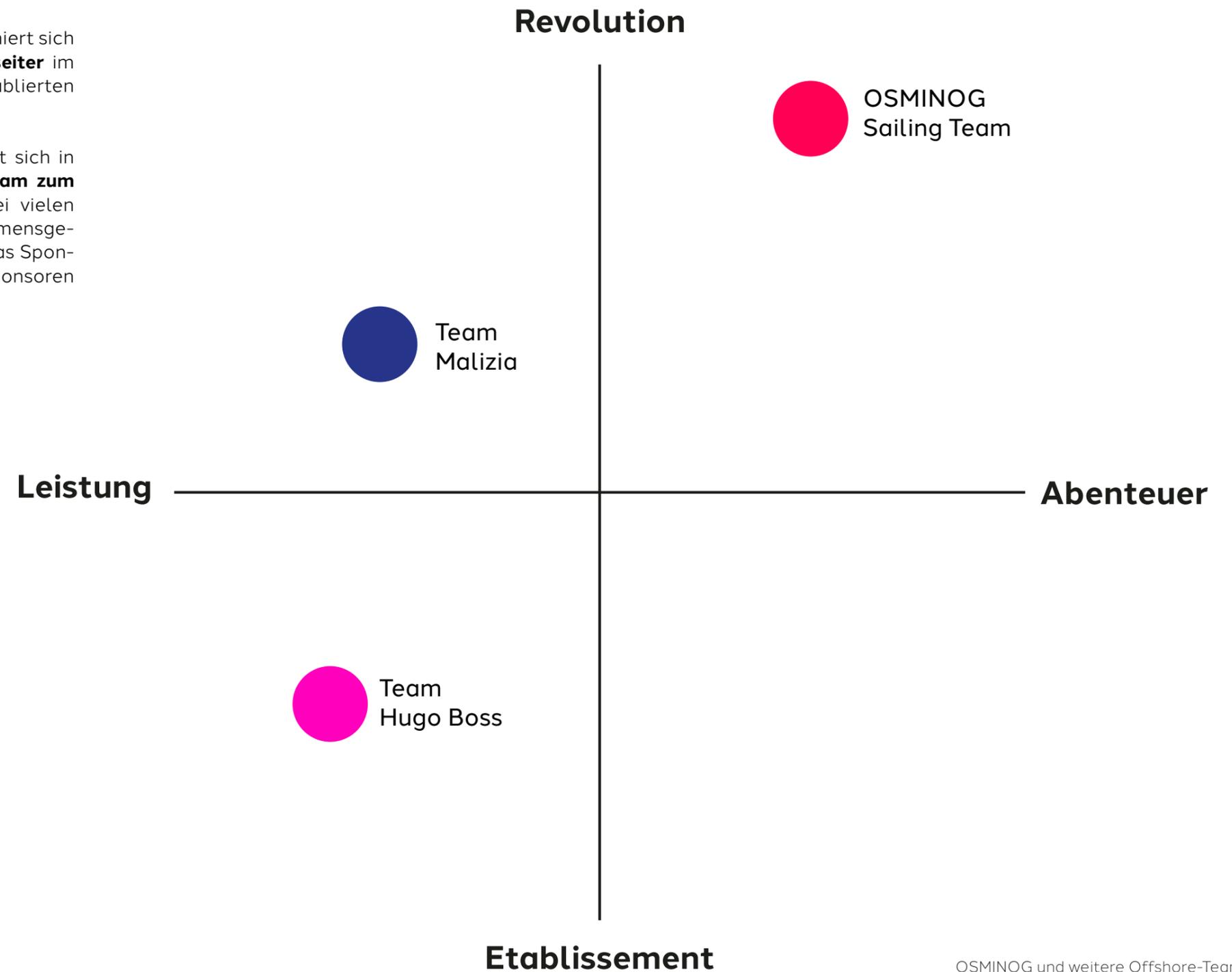
Das Team soll **neue Zielgruppen** als Zuschauer für den Segelsport begeistern. Die Mitglieder dieser Zielgruppe sind primär **junge Menschen** im Alter von 16 bis 29 Jahren.

Sie interessieren sich für **andere Vereinssportarten, sind aber mit dem Segeln bisher wenig in Kontakt gekommen** oder halten den Segelsport für elitär und damit unzugänglich.

Das Osminog Sailing Team soll dieser negativen Erwartungshaltung entgegenwirken, indem es Segeln als **nahbaren, abenteuerlichen und spannenden Team-**

**sport** darstellt. Das Team positioniert sich dabei als **revolutionärer Außenseiter** im Vergleich zu anderen bereits etablierten Teams.

Eine **sekundäre Zielgruppe** findet sich in den **Sponsoren, die das Segelteam zum Aufbau benötigt**. Anders als bei vielen anderen Teams gibt es keinen namensgebenden Hauptsponsor sondern das Sponsoring soll unter mehreren Sponsoren aufgeteilt werden.



OSMINOG und weitere Offshore-Teams im Positionierungskreuz

# Logodesign

Das **Logo soll das Osminog Sailing Team deutlich von anderen Segelteams abgrenzen**, die **Kernwerte Revolution und Abenteuer** vermitteln und eine junge Zielgruppe ansprechen.

Das Logo ist als **Wort-Bildmarke** konzipiert. Die Wortmarke besteht aus dem Teamnamen „OSMINOG“ in Majuskeln sowie der Ergänzung „sailing team“, die helfen soll, das Logo beim ersten Kontakt einzuordnen.

**Bildmarke ist der Tentakel eines Kraken**, der sich im Comic-Stil um die Wortmarke schlängelt. Der Tentakel kann in der Gestaltung auch als Key Visual verwendet werden.



Der **Teamname ist als Wortmarke in der Comic-Font „Action Comics“** geschrieben, welche einen Kontrast zur Gestaltung anderer Segelteams bieten soll.

Die **Ergänzung „sailing team“ ist in der schlicht-modernen, geometrischen Groteskschrift „Halcom Bold“** gesetzt, welche dafür sorgen soll, dass das Logo nicht als zu „trashig“ wahrgenommen wird.

# Logo-Richtlinien

Die folgenden **Richtlinien** sind bei der Verwendung des Logos einzuhalten.

## Hintergrund

Das Logo muss auf einem **weißen Hintergrund** verwendet werden, damit es deutlich erkennbar ist.



## Abstand

Das Logo **soll im Vergleich zu anderen Elementen fett wirken**. Wenn möglich ist deshalb nur ein schmaler Abstand zu anderen Objekten einzuhalten.

Der **optimale Abstand beträgt dabei die Länge/Breite des kleinen Buchstabens a** aus dem unteren Schriftzug. Gemessen wird dabei jeweils vom linken bzw. rechten Rand des Osminog-Schriftzugs sowie des Tentakels. Eine Ausnahme bietet das **rechte obere Ende des Tentakels**, dieses **darf gemäß der obigen Abbildung angeschnitten werden**.

Dieser Abstand ist nicht zu unterschreiten.

Vom oben definierten optimalen Abstand darf abgewichen werden, wenn das Logo allein stehend auf einer großen Fläche verwendet wird.

## Entsättigte Version

**Eine Schwarz-Weiße Verwendung des Logos ist zu vermeiden.**

Ist dies unmöglich, muss die folgende Version verwendet werden.



# Schriftarten

Für die Gestaltung des Logos wurde die Font Action Comics gewählt. Die Schriftart findet sich nur in der Wortmarke des Logos wieder und soll nicht an anderer Stelle verwendet werden.

**ACTION COMICS**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



Als Hausschrift wurde die Font Halcom gewählt. Der serifenlose Stil soll schlicht und modern wirken und im Kontrast zum Comic-Logo stehen.

## Überschriften: Halcom Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Fließtext in Publikationen: Halcom Book

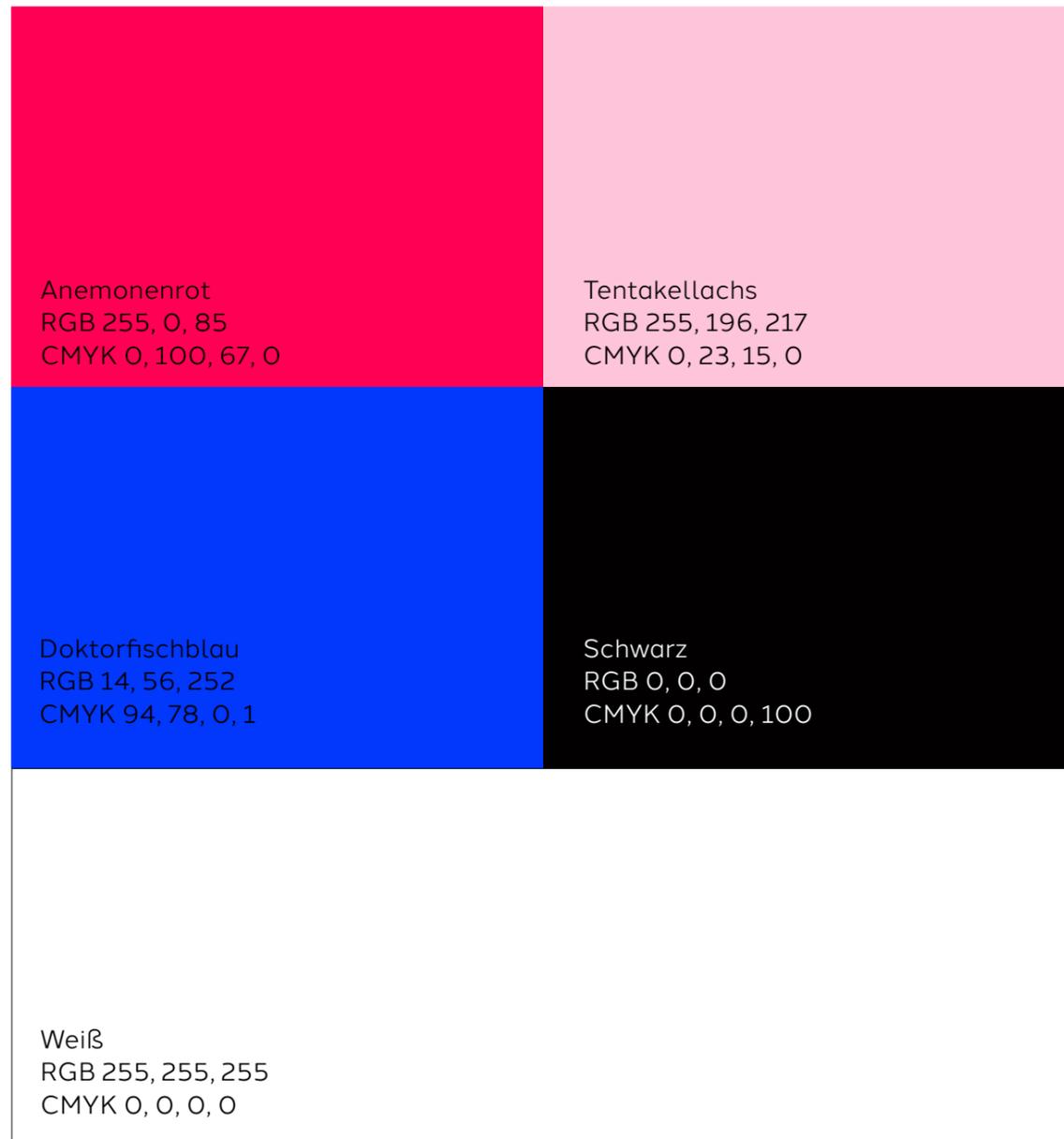
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Wichtige Begriffe oder Textpassagen werden **zum schnelleren Textverständnis mit der Halcom Bold hervorgehoben.**

# Corporate Colors

Die Farbpalette baut auf den häufig **im maritimen Kontext verwendeten Farben Rot, Blau und Weiß** auf, die beispielsweise in der Flagge des Bundeslandes Schleswig-Holstein vorkommen. Um den jungen, revolutionären Aspekt zu betonen, sind die Farben in **grellen Tönen** angelegt.

Die Palette wird von reinem Schwarz sowie dem etwas blässeren Farbton „Tentakellachs“ ergänzt.



## Anwendung der Farben



Für Hintergründe



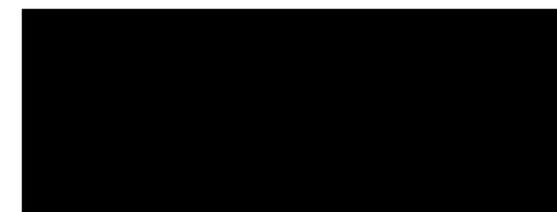
Für größere Farbflächen, farbige Hintergründe. Kann in Verbindung mit dem Key Visual als Trenner verwendet werden. Kann in Überschriften oder zum Akzentuieren von Titelbeschreibungen genutzt werden



Akzentfarbe für kleinere Flächen



Verwendung nur im Logo



Für Schriften und Überschriften

# Key Visual

Als **Key Visual** kommt ein **blauer Tentakel** zum Einsatz, der auch im Logo vorhanden ist.

**Farbe:** Innen wellenblau, Saugnäpfe tentakellachs, schwarze Outlines.

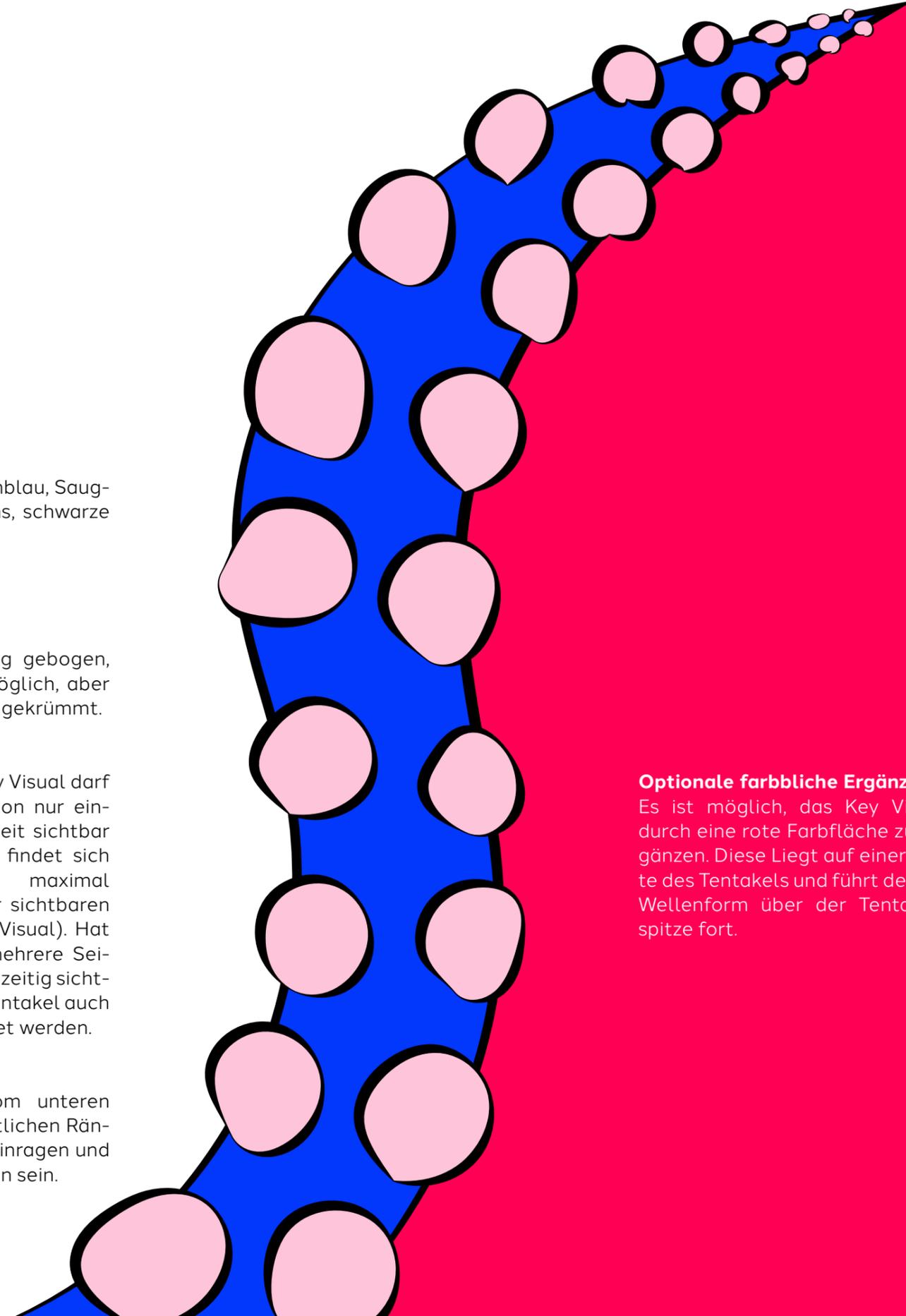
**Form:** Wellenförmig gebogen, mehrere Kurven möglich, aber maximal in S-Form gekrümmt.

**Häufigkeit:** Das Key Visual darf auf einer Publikation nur einmal zur gleichen Zeit sichtbar sein. Der Tentakel findet sich dementsprechend maximal zwei Mal auf einer sichtbaren Seite (Logo + Key Visual). Hat eine Publikation mehrere Seiten, die nicht gleichzeitig sichtbar sind, darf der Tentakel auch mehrfach verwendet werden.

**Position:** Muss vom unteren oder einem der seitlichen Ränder in das Bild hineinragen und dabei angeschnitten sein.

## **Optionale farbbliche Ergänzung:**

Es ist möglich, das Key Visual durch eine rote Farbfläche zu ergänzen. Diese liegt auf einer Seite des Tentakels und führt dessen Wellenform über der Tentakelspitze fort.



# Visitenkarte

Die Visitenkarte soll vor allem zur Sponsorengewinnung verwendet werden.  
Sie wurde in **aufklappbaren Längsformat** angelegt, um auffälliger zu wirken.

## Mockup

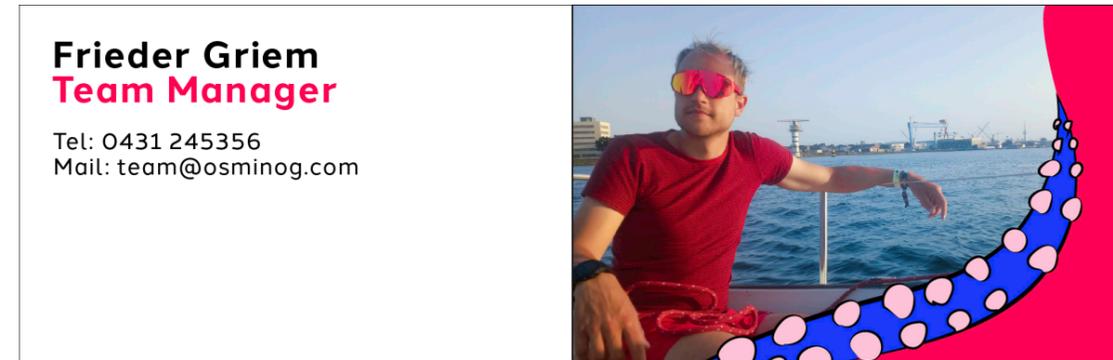


## Außenseite



**Logo:** fett platziert außen auf der Karte.

## Innenseite



**Infos zur Person:** Reduziert auf Büro-Telefonnummer und Mail. Darunter ist Platz, um eine Handynummer „spontan“ aufzuschreiben, und damit persönliche Nähe zu vermitteln.

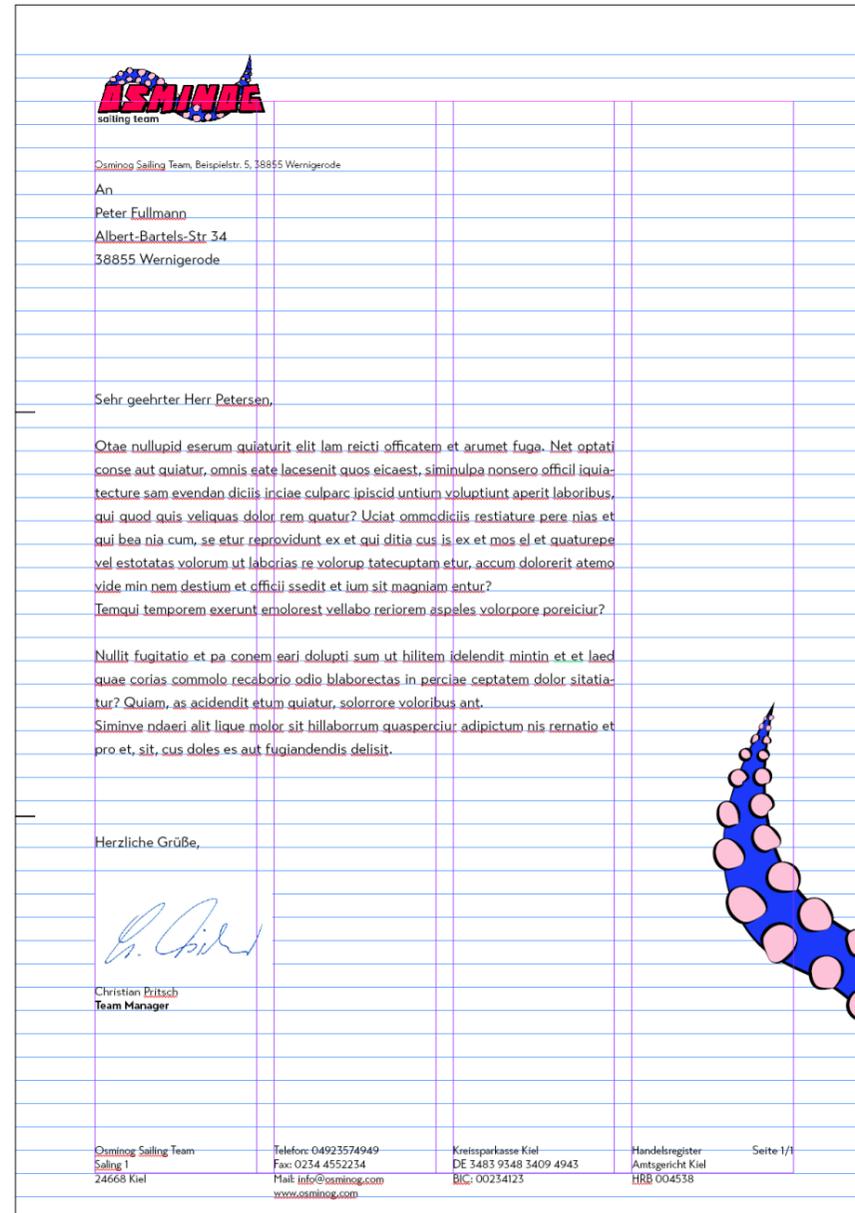
**Porträt:** Bild in Segelsituation. Bildsprache: jung, lustig, übertrieben. Person muss erkennbar sein. Farben: Blau und Rot dominieren. Leichte Blautönung über dem Foto. Überlagert von Tentakel-Key Visual.

# Briefbogen

## Mockup



**Logo:** Über der Adresszeile platziert.

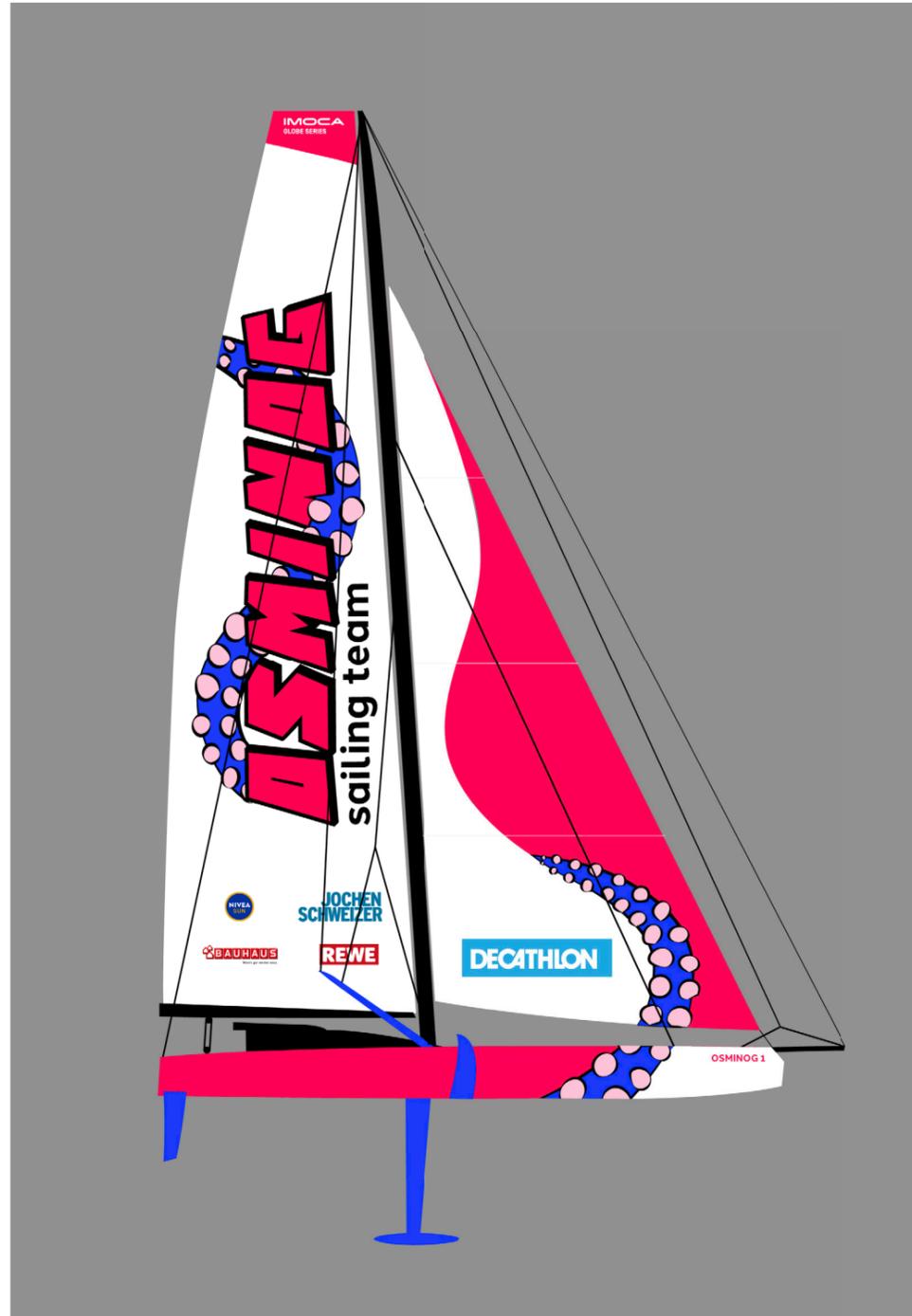


**Spaltenlayout:** 4 Spalten. Rechte Spalte wird für Platzierung des Key Visuals freigehalten.

**Key Visual:** Ragt von rechts unten in die Seite. Darf keinen Text überdecken.

**Info-Zeile:** Adresse und Bankdaten unten platziert.

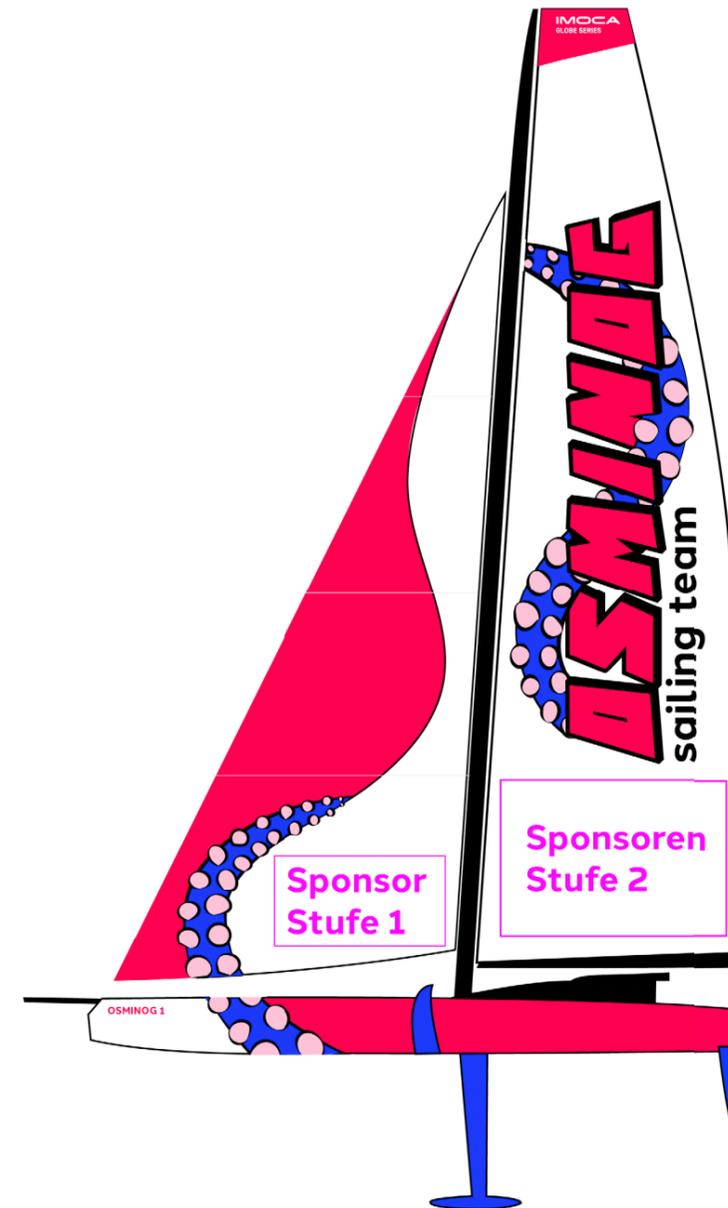
# Bootsgestaltung



**Key Visual:** Fortlaufend auf vorderem Rumpf und Vorsegel.

**Bootsname:** Klassisch vorne am Rumpf platziert.

**IMOCA-Klassenzeichen:** Gemäß Vorschriften am Großsegeltop.



**Logo:** Mittig und leicht angeschnitten auf Großsegel.

**Sponsorenflächen:** Ein Hauptsponsor auf dem Vorsegel. Bis zu vier Sponsoren der Stufe 2 auf dem Großsegel.

**Kiel und Foils:** In Kontrastfarbe Doktorfischblau.

# Kleidung

Aufbauend auf den vorangegangenen Richtlinien lässt sich die Team-Kleidung gestalten. Bei der Wahl der Kleidungsstücke soll **für den Segelsport eher untypische Kleidung berücksichtigt werden**: Hoodie statt Pullover, T-Shirt statt Polo hemd, Sneaker anstelle von klassischen Segelschuhen.



# Ende