Brand & User Guidelines



Alles ist möglich.

Unsere Mission ist es, eine Destination zu gestalten, die Wahlfreiheit neu definiert. Gäste müssen sich nicht entscheiden – sie können kombinieren, entdecken und spontan sein. Wir bündeln die Essenz Österreichs auf kompaktem Raum und schaffen ein nahtloses Erlebnis zwischen Natur, Kultur und Genuss.
Die Marke steht für Zugänglichkeit, Klarheit und maximale Erlebnisdichte.

Wir ermöglichen Vielfalt

–

klar, zugänglich und kompromisslos gedacht.

Das Herz Oberösterreichs.

Unsere Vision ist es, die führende Alpenkulturregion zu sein und als „Herz Österreichs“ wahrgenommen zu werden. Die Marke wird zum Synonym für flexible Urlaubsgestaltung und moderne Destinationserlebnisse.

Für uns bedeutet das: konsequente Positionierung, einheitlicher Auftritt und partnerschaftliches Handeln mit gemeinsamer Ausrichtung.

Wir denken und handeln als Marke – gemeinsam, konsequent, zukunftsorientiert.

Unsere Haltung ist unsere Identität.

Unsere Werte sind die Grundlage unseres täglichen Handelns – nach innen wie nach außen.

Unkompliziertheit schafft Effizienz und Klarheit. Ausgeglichenheit sorgt für Balance. Authentizität und Offenheit fördern Vertrauen. Inklusivität, Lässigkeit und Vielfalt stärken unsere Kultur.

Gastfreundschaft verstehen wir als gemeinsame Verantwortung aller Partner und Mitarbeitenden.

Unsere Marke beginnt bei uns. Wir leben, was wir versprechen.

Logo

Unser Logo

Das Logo bildet die visuelle Grundlage unseres Markenauftritts.

Das stilisierte „A“ steht für Alpenland und greift zugleich die Form eines Berges auf. Eingefasst in einen offenen Kreis symbolisiert es den ganzheitlichen Blick auf die 360° -Region.

Die reduzierte Gestaltung sorgt für eine klare, zeitgemäße Wirkung und eine hohe Wiedererkennbarkeit über alle Anwendungen hinweg.



Sicherheits Abstände

Um eine klare und unverfälschte Wirkung zu gewährleisten, muss rund um das Logo stets ein definierter Schutzraum eingehalten werden. Innerhalb dieses Bereichs dürfen keine weiteren Gestaltungselemente, Texte oder Bilder platziert werden.

Der Sicherheitsabstand orientiert sich am definierten Maß des Logos und stellt sicher, dass es in jeder Anwendung ausreichend Raum zur Entfaltung behält.

Die rechts dargestellte Grafik veranschaulicht die Mindestabstände, die in allen Anwendungen konsequent einzuhalten sind.

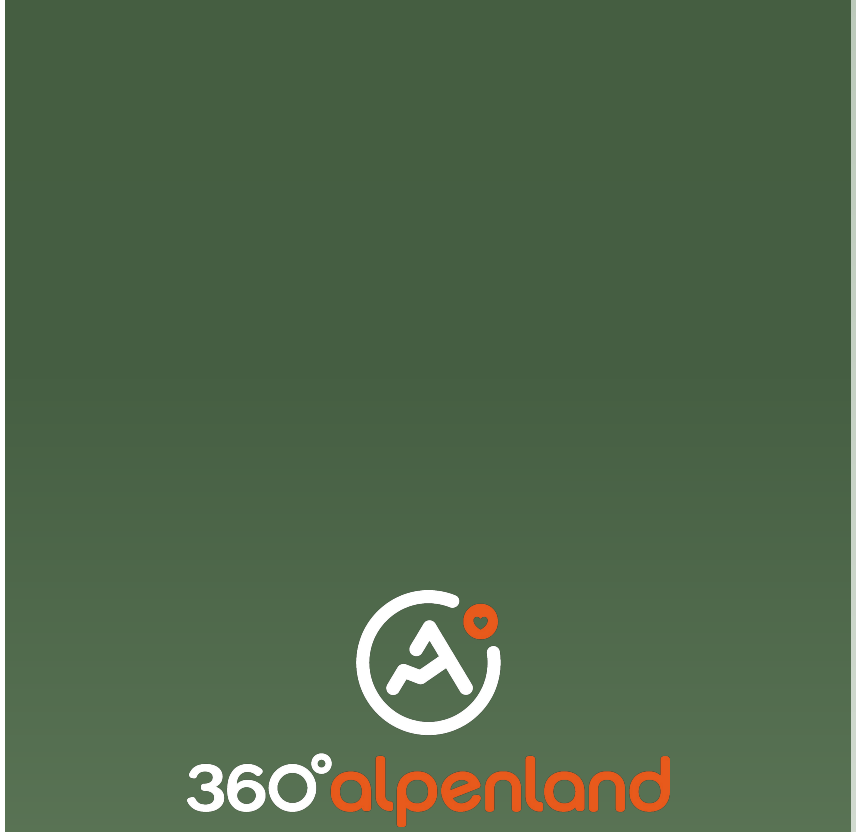


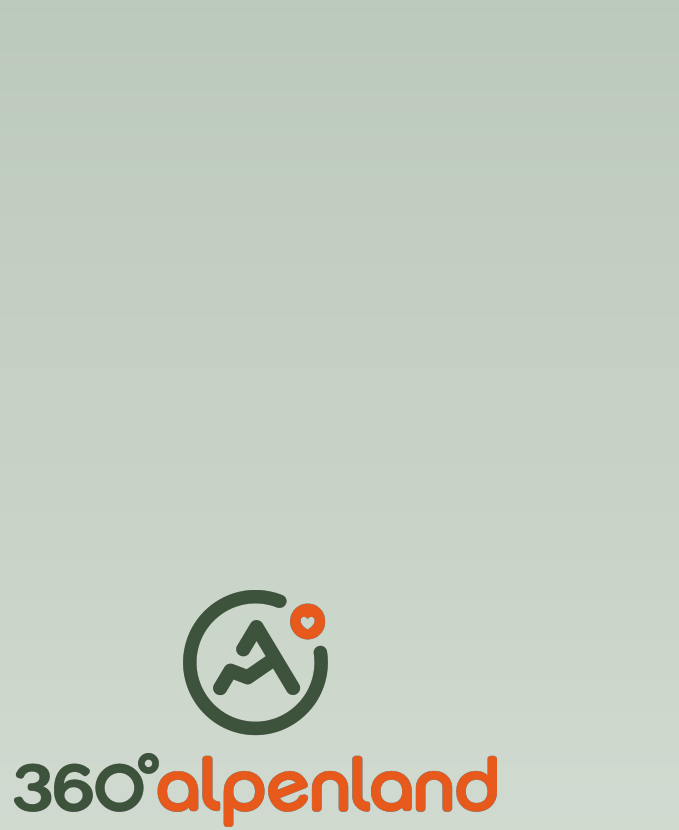
Anwendung auf Farben

Das Logo wird bevorzugt in seiner farbigen, hellen Original Variante eingesetzt. Je nach Hintergrund kommen die definierten Farbvarianten zum Einsatz, um eine klare und gut lesbare Darstellung sicherzustellen.

Auf dunklen Hintergründen wird das Logo in einer hellen Variante verwendet, auf hellen Hintergründen in einer dunkleren Variante.

Eine konsistente Anwendung gewährleistet einen klaren und wiedererkennbaren Markenauftritt über alle Medien hinweg.





Anwendung auf Bildern

Auch bei der Platzierung auf Bildern ist auf eine klare und gut lesbare Darstellung des Logos zu achten. Das Logo sollte bevorzugt auf ruhigen, kontrastreichen Bildbereichen platziert werden, damit seine Wirkung erhalten bleibt.

Unruhige oder stark strukturierte Hintergründe sind zu vermeiden. Ebenso darf das Logo nicht farblich verändert oder verzerrt werden. Es sind ausschließlich die definierten Farbvarianten zu verwenden.

Eine sorgfältige Platzierung stellt sicher, dass das Logo auch auf Bildern klar erkennbar bleibt und der Markenauftritt konsistent wirkt.





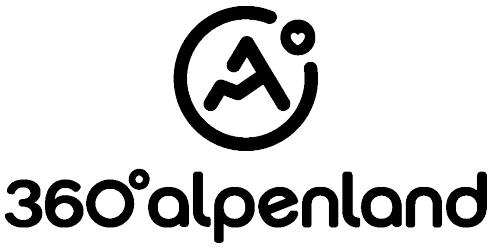
Monochrome Anwendungen

Neben den farbigen Varianten steht das Logo auch in positiver und negativer Schwarz-Weiß-Version zur Verfügung. Diese werden eingesetzt, wenn farbige Darstellungen technisch oder gestalterisch nicht möglich oder sinnvoll sind.

Die Schwarz-Weiß-Varianten dürfen ausschließlich in reinem Schwarz oder Weiß verwendet werden. Veränderungen an Form, Proportion oder Farbigkeit sind nicht zulässig.

Die konsequente Verwendung der definierten Varianten stellt einen klaren und konsistenten Markenauftritt sicher.





Horizontale Logovariante

Die horizontale Logovariante ist eine alternative Darstellung des Logos und kommt insbesondere in breiten Formaten zum Einsatz. Sie eignet sich beispielsweise für Anwendungen mit begrenzter Höhe oder klarer horizontaler Ausrichtung.

Je nach Platzverhältnissen und Layout kann diese Variante eingesetzt werden, um eine ausgewogene und gut lesbare Darstellung des Logos sicherzustellen.



Sicherheits Abstände

Um eine klare und unverfälschte Wirkung zu gewährleisten, muss rund um das Logo stets ein definierter Schutzraum eingehalten werden. Innerhalb dieses Bereichs dürfen keine weiteren Gestaltungselemente, Texte oder Bilder platziert werden.

Der Sicherheitsabstand orientiert sich am definierten Maß des Logos und stellt sicher, dass es in jeder Anwendung ausreichend Raum zur Entfaltung behält.

Die rechts dargestellte Grafik veranschaulicht die Mindestabstände, die in allen Anwendungen konsequent einzuhalten sind.



Anwendung auf Farben

Die horizontale Logovariante wird bevorzugt in seiner farbigen, hellen Originalvariante eingesetzt. Je nach Hintergrund kommen die definierten Farbvarianten zum Einsatz, um eine klare und gut lesbare Darstellung sicherzustellen.

Auf dunklen Hintergründen wird das Logo in einer hellen Variante verwendet, auf hellen Hintergründen in einer dunkleren Variante.

Eine konsistente Anwendung gewährleistet einen klaren und wiedererkennbaren Markenauftritt über alle Medien hinweg.





Anwendung auf Bildern

Ebenso ist bei der Platzierung auf Bildern auf eine klare und gut lesbare Darstellung des Logos zu achten. Das Logo sollte bevorzugt auf ruhigen, kontrastreichen Bildbereichen platziert werden, damit seine Wirkung erhalten bleibt.

Unruhige oder stark strukturierte Hintergründe sind zu vermeiden. Ebenso darf das Logo nicht farblich verändert oder verzerrt werden. Es sind ausschließlich die definierten Farbvarianten zu verwenden.

Eine sorgfältige Platzierung stellt sicher, dass das Logo auch auf Bildern klar erkennbar bleibt und der Markenauftritt konsistent wirkt.





Monochrome Anwendungen

Neben den farbigen Varianten steht das Logo auch in positiver und negativer Schwarz-Weiß-Version zur Verfügung. Diese werden eingesetzt, wenn farbige Darstellungen technisch oder gestalterisch nicht möglich oder sinnvoll sind.

Die Schwarz-Weiß-Varianten dürfen ausschließlich in reinem Schwarz oder Weiß verwendet werden. Veränderungen an Form, Proportion oder Farbigkeit sind nicht zulässig.

Die konsequente Verwendung der definierten Varianten stellt einen klaren und konsistenten Markenauftritt sicher.





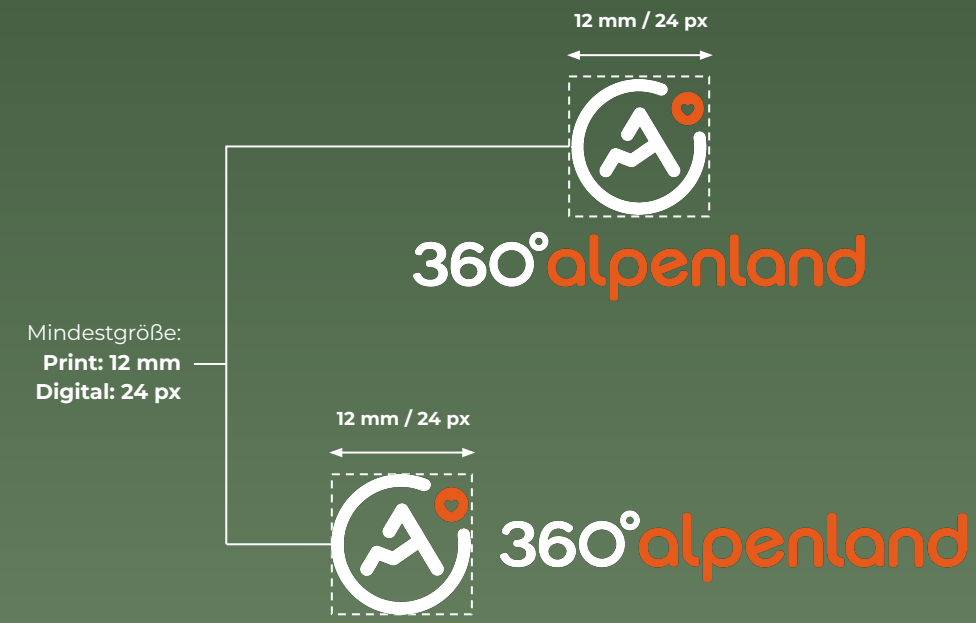
Mindestgröße Logo

Die definierte Mindestgröße bezieht sich auf das runde Signet und stellt sicher, dass die Wortmarke klar wahrgenommen werden kann.

Um die gestalterische Qualität und Markenwirkung zu erhalten, darf diese Größe nicht unterschritten werden – unabhängig vom Format oder Medium.

Mindestgröße:
Print: 12 mm
Digital: 24 px

Die Gesamtgröße des Logos ergibt sich proportional aus der Größe des Signets.



Claim

Logo mit Claim

In Anwendungen mit ausreichend Platz kann das Logo um den Claim ergänzt werden. Die Kombination aus Logo und Claim stärkt die Markenbotschaft und sorgt für eine klare inhaltliche Einordnung.

Der Claim wird stets in der definierten Typografie und Ausrichtung verwendet und darf in seiner Gestaltung nicht verändert werden. Die Variante mit Claim sollte nur eingesetzt werden, wenn eine gute Lesbarkeit gewährleistet ist und genügend Raum zur Verfügung steht.



Anwendung auf Farben

Auch unsere Logovariante mit Claim wird bevorzugt in seiner farbigen, hellen Original Variante verwendet. Je nach Hintergrund kommen die definierten Farbvarianten zum Einsatz, um eine klare und gut lesbare Darstellung sicherzustellen.

Auf dunklen Hintergründen wird das Logo in einer hellen Variante verwendet, auf hellen Hintergründen in einer dunkleren Variante.

Eine konsistente Anwendung gewährleistet einen klaren und wiedererkennbaren Markenauftritt über alle Medien hinweg.





Monochrome Anwendungen

Neben den farbigen Varianten steht das Logo mit Claim auch in positiver und negativer Schwarz-Weiß-Version zur Verfügung. Diese werden eingesetzt, wenn farbige Darstellungen technisch oder gestalterisch nicht möglich oder sinnvoll sind.

Die Schwarz-Weiß-Varianten dürfen ausschließlich in reinem Schwarz oder Weiß verwendet werden. Veränderungen an Form, Proportion oder Farbigkeit sind nicht zulässig.

Die konsequente Verwendung der definierten Varianten stellt einen klaren und konsistenten Markenauftritt sicher.





Logo mit Claim horizontal

Diese Variante kombiniert die horizontale Logodarstellung mit dem Claim und kommt zum Einsatz, wenn ausreichend Platz zur Verfügung steht. Sie eignet sich besonders für Anwendungen mit klarer horizontaler Ausrichtung.

Logo und Claim werden stets in der definierten Anordnung und Typografie verwendet. Veränderungen an Proportion, Abstand oder Gestaltung sind nicht zulässig.



Anwendung auf Farben

Die horizontale Logovariante mit Claim wird bevorzugt in seiner farbigen, hellen Variante eingesetzt. Je nach Hintergrund kommen die definierten Farbvarianten zum Einsatz, um eine klare und gut lesbare Darstellung sicherzustellen.

Auf dunklen Hintergründen wird das Logo in einer hellen Variante verwendet, auf hellen Hintergründen in einer dunkleren Variante.

Eine konsistente Anwendung gewährleistet einen klaren und wiedererkennbaren Markenauftritt über alle Medien hinweg.





Mindestgröße Logo mit Claim

Die definierte Mindestgröße bezieht sich auf das runde Signet und stellt sicher, dass sowohl Wortmarke als auch Claim klar und differenziert wahrgenommen werden können.

Um die gestalterische Qualität und Markenwirkung zu erhalten, darf diese Größe nicht unterschritten werden – unabhängig vom Format oder Medium.

Wird diese Mindestgröße unterschritten, ist das Logo ohne Claim zu verwenden.

Mindestgröße:
Print: 20 mm
Digital: 45 px

Die Gesamtgröße des Logos ergibt sich proportional aus der Größe des Signets.



Claim zweizeilig

Die zweizeilige Variante eignet sich besonders für ausgewogene Layouts und Anwendungen mit mittlerem Platzangebot.

Die definierte Schreibweise und Laufweite bleiben unverändert.

IM HERZEN
OBERÖSTERREICHS

IM HERZEN
OBERÖSTERREICHS

Claim zweizeilig

Die zweizeilige Variante eignet sich besonders für ausgewogene Layouts und Anwendungen mit mittlerem Platzangebot.

Die definierte Schreibweise und Laufweite bleiben unverändert.

IM HERZEN
OBERÖSTERREICHS

IM HERZEN
OBERÖSTERREICHS

Claim einzeilig

Die einzeilige Variante wird eingesetzt, wenn eine kompakte oder horizontale Darstellung erforderlich ist. Sie eignet sich besonders für breite Formate und Anwendungen mit begrenzter Höhe.

Die definierte Schreibweise und Laufweite bleiben unverändert.

IM HERZEN OBERÖSTERREICHS

IM HERZEN OBERÖSTERREICHS

Claim mit Herzsymbol zweizeilig

Diese Variante ergänzt den Claim um das Herzsymbol als charakteristisches Markenelement. Sie kann eingesetzt werden, wenn eine emotionale, aufmerksamkeitsstarke Darstellung gewünscht ist.

Position und Größe des Symbols sind verbindlich und dürfen nicht verändert werden.





Claim mit Herzsymbol einzeilig

Die einzeilige Variante mit Herzsymbol eignet sich für kompakte und horizontal ausgerichtete Anwendungen. Sie verbindet eine reduzierte Darstellung mit der zusätzlichen visuellen Betonung durch das Herzsymbol.

Auch hier sind Anordnung, Proportionen und Abstände verbindlich einzuhalten.





Signet

Das Signet

Das Signet bildet den eigenständigen Bildteil unseres Logos und kann in ausgewählten Anwendungen auch unabhängig von der Wortmarke eingesetzt werden. Durch seine reduzierte Formensprache ist es kompakt, gut wiedererkennbar und vielseitig einsetzbar.

Das stilisierte „A“ steht für Alpenland und greift zugleich die Form eines Berges auf. Das Herz verweist auf die Verbundenheit mit der Region, während der offene Kreis den ganzheitlichen Blick und die Vielseitigkeit des Alpenlandes symbolisiert.





A für “Alpenland” /
Symbolik Berg



Im Herzen
Oberösterreichs



Der Kreis symbolisiert
die 360° Vielseitigkeit

Sicherheits Abstände

Auch für das Signet gilt ein definierter Sicherheitsabstand, der in allen Anwendungen einzuhalten ist. Dieser Schutzraum stellt sicher, dass das Signet klar erkennbar bleibt und seine Wirkung nicht durch andere Gestaltungselemente beeinträchtigt wird.

Innerhalb dieses Bereichs dürfen keine Texte, Bilder oder grafischen Elemente platziert werden. Die rechts dargestellte Grafik zeigt die festgelegten Mindestabstände.



Anwendung auf Farben

Das Signet kann in definierten Farbvarianten auf hellen und dunklen Hintergründen eingesetzt werden. Je nach Kontrast wird entweder die helle oder dunkle Version verwendet, um eine klare und gut erkennbare Darstellung sicherzustellen.

Es sind ausschließlich die festgelegten Farbvarianten zu verwenden. Veränderungen an Form, Proportion oder Farbigkeit sind nicht zulässig.





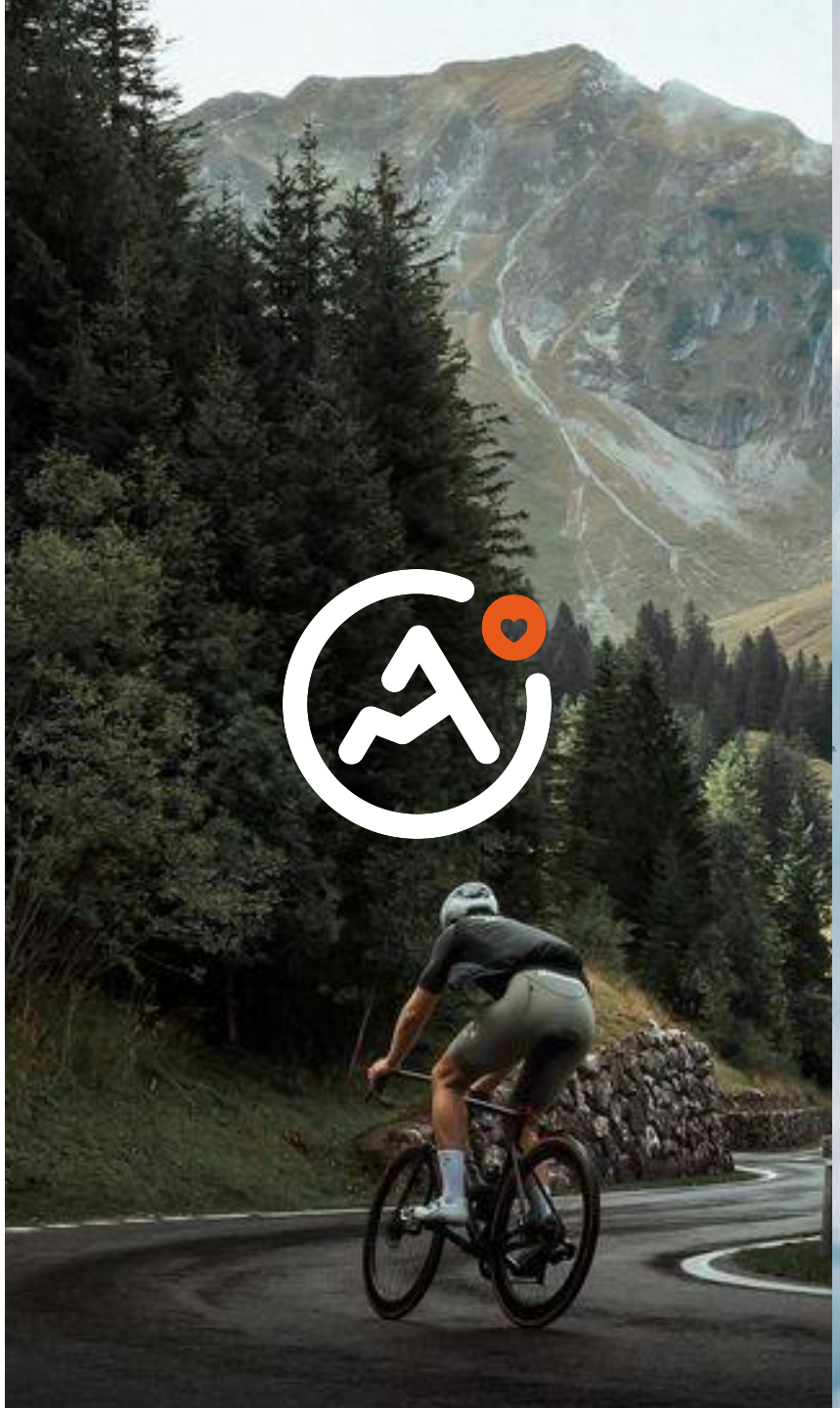
Anwendung auf Bildern

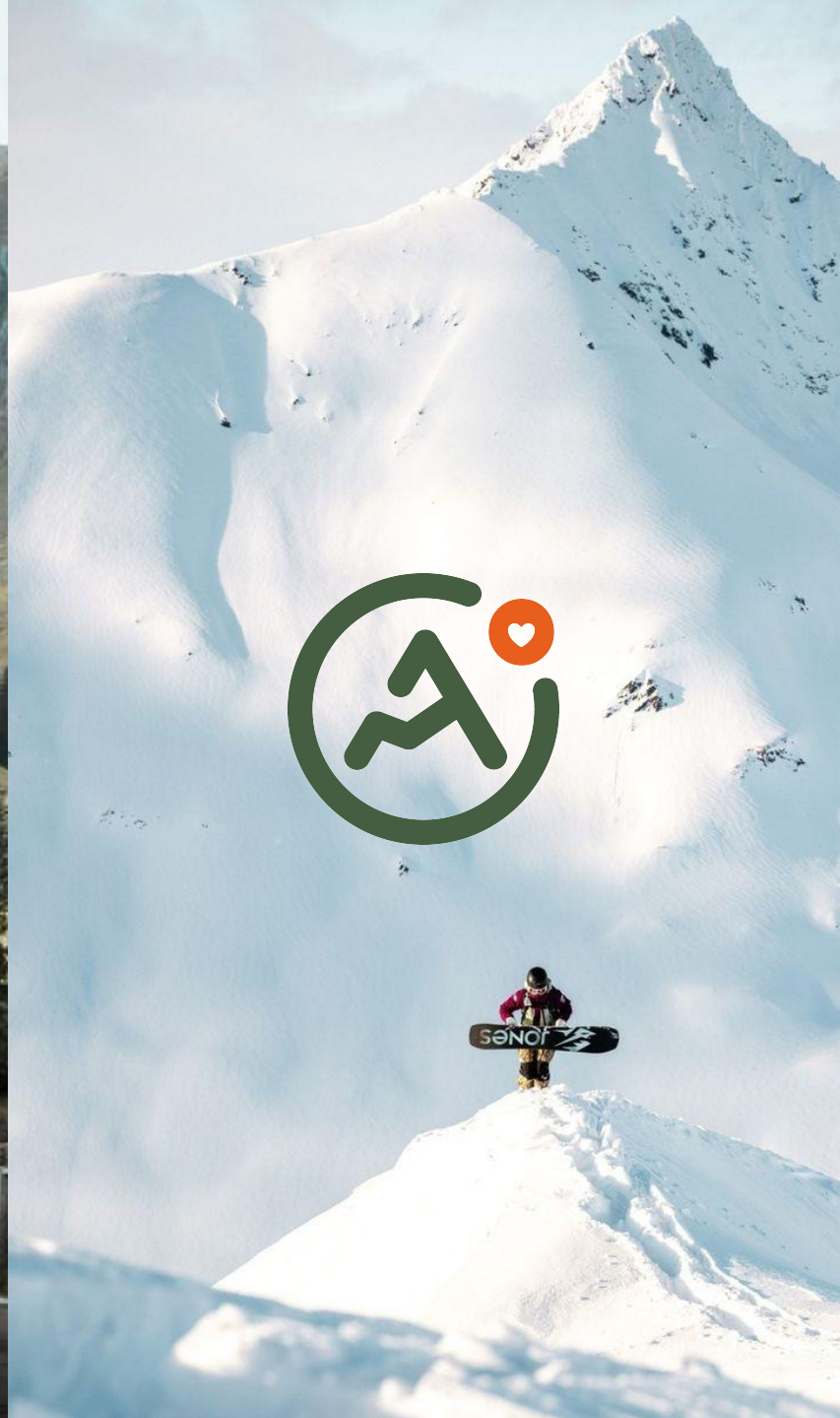
Ebenso ist bei der Platzierung auf Bildern auf eine klare und gut lesbare Darstellung des Logos zu achten.

Das Signet sollte bevorzugt auf ruhigen, kontrastreichen Bildbereichen platziert werden, damit seine Wirkung erhalten bleibt.

Unruhige oder stark strukturierte Hintergründe sind zu vermeiden. Ebenso darf das Signet nicht farblich verändert oder verzerrt werden. Es sind ausschließlich die definierten Farbvarianten zu verwenden.

Eine sorgfältige Platzierung stellt sicher, dass das Signet auch auf Bildern klar erkennbar bleibt und der Markenauftritt konsistent wirkt.





Anwendung auf Hintergrund

Das Signet kann als transparenter Hintergrund eingesetzt werden, um Layouts subtil zu strukturieren und die Markenidentität visuell zu stärken.

Dabei ist darauf zu achten, dass das Signet an einer, maximal zwei Seiten **angeschnitten** wird. Das Herzsymbol darf niemals abgeschnitten werden.

Auf dunklen Hintergründen wird das weiße Signet (#FFFFFF) verwendet, **auf hellen Hintergründen** das schwarze (#000000) Signet. Die farbigen Varianten werden nicht als transparenter Hintergrund eingesetzt.

Die **Transparenz** liegt je nach Anwendung zwischen 5 % und 10 %, sodass das Element dezent im Hintergrund bleibt und die Lesbarkeit der Inhalte nicht beeinträchtigt.






Phone
360° Alpenland

Download

Logo Download

Hier kannst du das offizielle Alpenland Logo bequem herunterladen.

Bitte beachte, dass das Logo urheberrechtlich geschützt ist
(© Alpenland) und ausschließlich in der bereitgestellten Form verwendet werden darf. Änderungen – insbesondere an Farbe, Form oder Proportionen – sind nicht zulässig.

Vielen Dank für deine sorgfältige und konsistente Verwendung unseres Markenauftritts.

Bei Fragen zur Umsetzung oder Anwendung kannst du dich jederzeit gerne melden:
info@360alpenland.com

360°alpenland

DOWNLOAD

Farben



Unsere Farben

Unsere Farbpalette ist von der alpinen Landschaft geprägt und basiert auf natürlichen, erdigen Nuancen. Verschiedene Grüntöne spiegeln Vegetation, Wälder und gewachsene Strukturen wider und verleihen dem Markenauftritt Ruhe und Beständigkeit.

Ergänzt wird die Palette durch abgestufte Orangetöne, die Wärme und Lebendigkeit in den Markenauftritt bringen und einen bewussten Kontrast zu den Grüntönen schaffen.

Die Kombination aus Grün- und Orangenuancen bildet die Grundlage für einen klaren und wiedererkennbaren Markenauftritt.

#6b9071 — #375534

#fa9b5a — #e85a1c

CMYK:
7 8 8 0
(bessere Stabilität bei
größeren Flächen)

HEX #18331a RGB: 24 51 26 CMYK: 80 48 92 60	HEX #375534 RGB: 55 85 52 CMYK: 74 40 87 32	HEX #6b9071 RGB: 107 144 113 CMYK: 58 24 59 3	HEX #aec3b0 RGB: 174 195 176 CMYK: 30 11 29 0	HEX #e6f4e6 RGB: 230 244 230 CMYK: 7 0 9 0	HEX #e85a1c RGB: 232 90 28 CMYK: 3 75 100 0	HEX #fa8241 RGB: 250 130 65 CMYK: 0 55 83 0	HEX #fa9b5a RGB: 250 155 90 CMYK: 0 42 70 0	HEX #ffbe91 RGB: 255 190 145 CMYK: 0 26 41 0	HEX #ffffff RGB: 255 255 255 CMYK: 0 0 0 0
									HEX #eeeae8 RGB: 238 234 232 CMYK: 5 6 6 0
HEX #000000 100% Schwarz					HEX #383838 92% Schwarz	HEX #5c5c5c 79% Schwarz	HEX #8a8a8a 55% Schwarz	HEX #d1d1d1 20% Schwarz	HEX #e9e4e2 RGB: 233 228 226 CMYK: 7 8 8 0

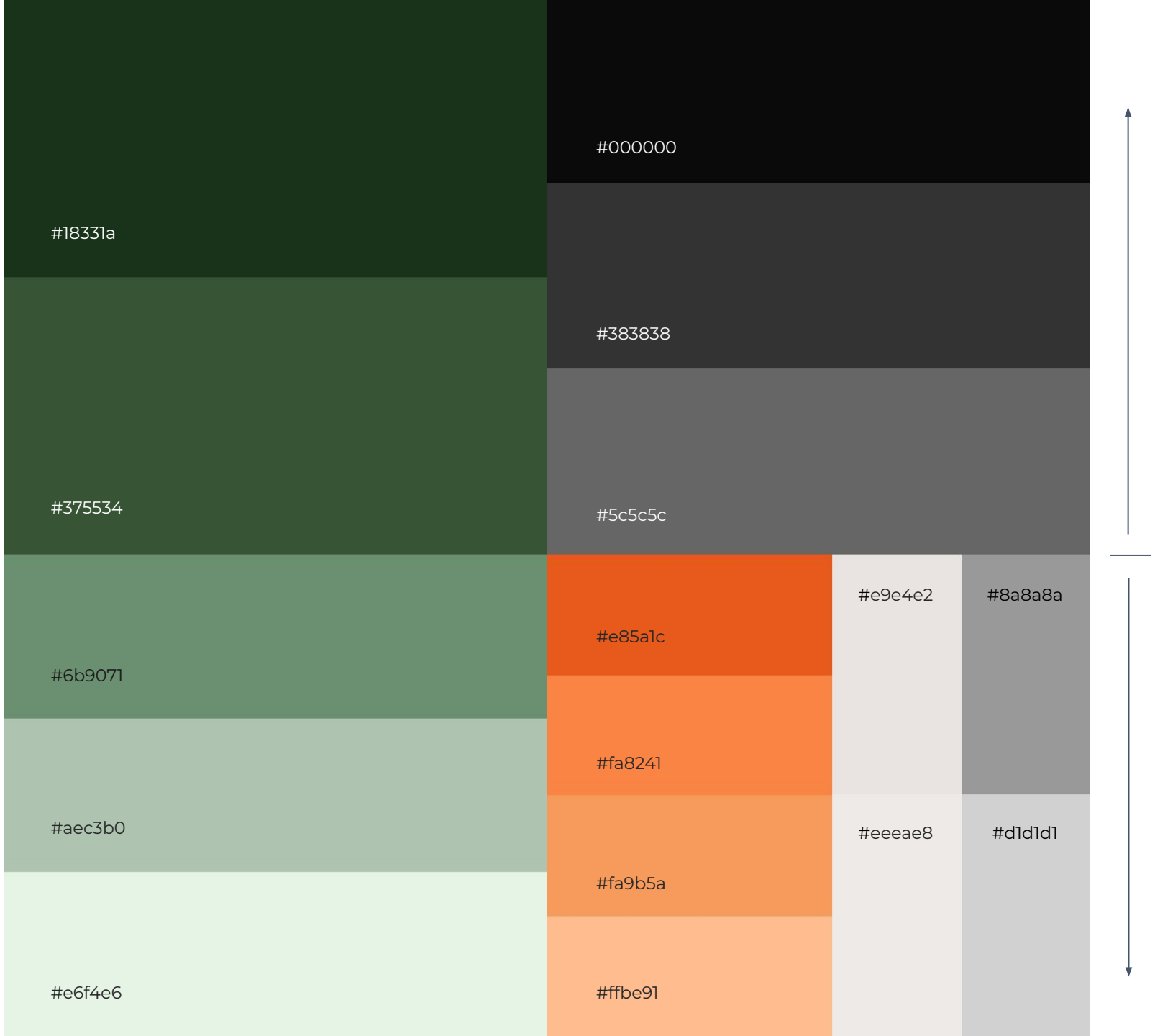
Farbkontrast

Für eine barrierefreie und klar lesbare Kommunikation gelten feste Kontrastregelung innerhalb unserer Farbpalette.

Text wird grundsätzlich ausschließlich in unserem Schwarz oder Weiß gesetzt.

Weiße Schrift ist nur auf dunklen Farbtönen zulässig, auf hellen Hintergrundfarben wird Text in unserem Schwarz gesetzt.

Die rechts dargestellte Grafik verdeutlicht diese Systematik.



Anwendungs-Beispiele.


Gib dir Vielfalt
Mit der Pyhrn-Priel AktivCard
und der Pyhrn-Priel SaisonCard
AktivCard
SaisonCard
Kleine Karten, großes Urlaubsglück.
Gib dir Berge! So lautet das Motto der Urlaubsregion Pyhrn-Priel, wo euch inmitten Oberösterreichs ungezähmter Alpen viele Abenteuer und Erlebnisse erwarten! Über 40 davon gibt es mit der Pyhrn-Priel AktivCard on top kostenlos ab einer Übernachtung bei rund 180 Gastgebern.
4
Gutscheinkarte 2026
Kinder aufgepasst!
Als Besitzer einer Pyhrn-Priel AktivCard erhalten Kinder bis 15 Jahre mit ihrer Gutscheinkarte auf den Almen und Hütten der Region einen Stocknagel, den sie auf ihren Wanderstock nageln können. Verbunden mit einer Konsumation ist dieser Stocknagel kostenlos, andernfalls ist er gegen eine Gebühr von € 2,– zu erwerben.
In den Tourismusinformationen der Region gibt es für Kinder* einmalig gratis einen Wanderstock und die Gutscheinkarte (nicht für Gruppen gültig!).
*geboren zwischen dem 1.1.2011 und dem 31.12.2020
Aktuelle Infos gibts hier.
5
ÖAV-Zellerhütte
1.575 m
Öffnungszeiten:
1. Mai bis 26. Oktober durchgehend geöffnet
Winteröffnungszeiten: siehe Website
Nächtigungsmöglichkeit:
30 Schlafplätze (Doppelzimmer und Matratzenlager)
Ausgangspunkt / Zustiege:
Parkplatz Ortszentrum Vorderstoder: ca. 2,5 Std.
Vorderstoder / Parkplatz Schafferteich (gebührenpflichtig): ca. 2 Std.
Gipfelziele:
Warscheneck 2.388 m: ca. 2,5 Std.
Lagelsberg 2.008 m: ca. 1 Std.
Schallerkogel 1.845 m: ca. 45 Min.
Von der gemütlichen Gaststube und der Terrasse der Hütte genießt du einen überwältigenden Blick auf die zum Nationalpark Kalkalpen gehörenden Gipfel des Sengsen- und Reichraminger Hintergebirges, sowie ins Stoder- und Windischgarstner Tal. Die Abendsonnen-Terrasse hinter der Hütte bietet dir eine herrliche Aussicht auf die Bergriesen des Toten Gebirges. Der Steig zur Hütte und der Anstieg über den Lagelsberg zum Warschenneck sind ungefährlich und gut markiert.
Kontakt
Deni Popper
Walchegg 39
4574 Vorderstoder
+43 664 411 27 17
zellerhuette@gmail.com
zellerhuette.at
Aktuelle Infos gibts hier.
000
Tourentipp
Lagelsberg über Zellerhütte
Ausgangspunkt ist der Parkplatz Schafferteich. Auf dem Weg Nr. 201 wanderst du links Richtung Großgrub bis zum Hof Binder. Hier gehst du weiter durch den Hochwald, zur Talstation der Materialseilbahn Zellerhütte. Weiter führt dich der Weg zunächst mäßig steil, dann in vielen steileren Serpentinen aufwärts, mit herrlichem Blick auf die Kalkriesen des Toten Gebirges. Der Weg ist liebevoll gestaltet und macht den Aufstieg umso schöner. Von der Hütte aus wanderst du durch lichten Wald und über Latschenfelder Richtung Warscheneck. Ein kleines Holzschild weist dir den Weg zum Gipfel Lagelsberg. Der Rückweg erfolgt auf dem gleichen Weg. Bei der Zellerhütte angekommen, kannst du auf der Sonnenterrasse das herrliche Panorama genießen.
Gehzeit zum Gipfel ca. 3 Stunden.
Alle Infos zur Tour gibts hier.
Zu finden auf der Wanderkarte 360° Alpenland SÜD
Unser liebstes Hüttenschmankerl
Duftender Topfen- und Apfelstrudel
000


360°alpenland
Wander- &
Radkarte
Für bergweise Glücksmomente.
IM HERZEN
OBERÖSTERREICHS
360ALPENLAND.COM


360°alpenland
IM HERZEN OBERÖSTERREICHS
Prag
Passau
Linz
München
Salzburg
Wien
Budapest
Zürich
Innsbruck
Villach
Graz
Mailand
Venedig
Zagreb
Alpenland Tourismus GmbH
Bahnhofstraße 2
4580 Windischgarsten
Austria
www.360alpenland.com
ober österreich
360ALPENLAND.COM


360°alpenland
IM HERZEN OBERÖSTERREICHS
Mach Urlaub
wie DU willst.
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed
nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore
magna aliquyam invidunt ut sit amet.
360ALPENLAND.COM
ober
österreich

inspiranto

HEADQUARTER SALZBURG
Urstein S 15,
5412 Puch, Austria

HEADQUARTER BOZEN
Via Marie Curie Str. 11
Bozen/Bolzano, Bz 39100, Italy

Inspiranto Creative
Ideenschmiede
Design-Unit

Inspiranto Digital
Web-, Digital Media und
Performance-Unit

Inspiranto Filmreif
Film- und
Content-Unit

Precise TV +Google
Videolevel Marketing
exclusive Solutionpartner

Extra Booking
eCommerce-
Softwareentwicklung