

birobiro



Interreg 

SLOVENIJA - AVSTRIJA
SLOWENIEN - ÖSTERREICH

Evropska unija | Evropski sklad za regionalni razvoj
Europäische Union | Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

brandbook HERITERRA

Richtlinien für die Nutzung der Marke HERITERRA

**Pravila za uporabo
blagovne znamke
HERITERRA**

Heriterra brandbook

Investor / Investitor

Universalmuseum Joanneum GmbH
Mariahilferstraße 2-4
8020 Graz, Österreich

Design / Oblikovanje

Biro Biro d.o.o.
Beloruska ulica 7
2000 Maribor, Slowenien

Die Marke Heriterra wurde im Rahmen des EU-Projektes PalaeoDiversiStyria in Zusammenarbeit zwischen Österreich und Slowenien gegründet.

Heriterra blagovna znamka je nastala v sklopu EU-projekta PalaeoDiversiStyria v sodelovanju med Avstrijo in Slovenijo.



Interreg 
SLOVENIJA – AVSTRIJA
SLOWENIEN – ÖSTERREICH
 Evropska unija | Evropski sklad za regionalni razvoj
 Europäische Union | Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Projektpartner / Projektne partnerji

**Universalmuseum
Joanneum**



University of Maribor
Faculty of Agriculture
and Life Sciences



Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije
Institute for the Protection of Cultural Heritage of Slovenia



Marktgemeinde
Großklein

KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ
UNIVERSITY OF GRAZ



OBČINA
HOČE-SLIVNICA

Index

Kazalo

HERITERRA _____	6
Von der Natur zum Menschen und zurück	
Kriterien für Produkte unter _____	8
der Dachmarke HERITERRA	
HERITERRA _____	10
Narava človeku in nazaj	
Kriteriji za produkte, _____	12
ki uporabljajo znamko HERITERRA	
Entwicklung des Zeichens Razvoj znaka _____	14
Logo Logotip _____	16
Größe Velikost _____	18
Farben Barve _____	20
Hintergrund Podlaga _____	24
Verbote Prepovedi _____	26
Typografie Tipografija _____	28
Beispielbilder Primeri fotografij _____	30
Anwendungen Aplikacije _____	32
Werbung Promocija _____	36

HERITERRA

Von der Natur zum Menschen und zurück

Seit Jahrtausenden prägen dieselben natürlichen Gegebenheiten wie Boden, Wetter und Klima die Landwirtschaft in Ostslowenien und in der Steiermark. Die dort lebenden Menschen entwickelten auf dieser Grundlage für ihre Ernährung regionale Besonderheiten und verliehen so nach dem Grundsatz „Der Mensch ist, was er isst“ ihrer Lebenswelt eine unverkennbare gesellschaftliche und kulturelle Note.

Heriterra ist eine Marke, die im Rahmen des EU-Projektes „PalaeoDiversiStyria“ entstand, bei dem Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus den Bereichen Archäologie, Botanik und Zoologie über zwei Jahre lang die Entwicklung der Landwirtschaft vom Beginn der Jungsteinzeit bis zum Ende des Mittelalters in der Steiermark und Slowenien erforscht haben.

Hierbei wurden Antworten darauf gesucht, wie unsere heutigen Ernährungsgewohnheiten über Jahrtausende geprägt und verändert wurden.

Welche Pflanzen gibt es seit jeher in unsere Region?

Welche Pflanzen und Tiere sind typisch für einzelne Perioden in der Vergangenheit?

Welche Pflanzen kamen hinzu, welche wurden inzwischen verdrängt?

Wie haben Ernährung und Handwerk unserer Vorfahren ausgesehen?

Zusammen mit Landwirten, Gastronomen aber auch Handwerkern haben wir aus diesen neuen Erkenntnissen Produkte entwickelt, die von teilnehmenden Betrieben angeboten werden. Sie stellen so eine Verbindung zwischen dem Menschen und dem



reichen archäologischen Erbe seines Umfeldes her. Heriterra – der Name kombiniert den englischen Begriff „Heritage“ mit dem lateinischen Ausdruck für Erde - steht nicht nur für Qualität und Regionalität, sondern auch für die historische Diversität, die sich nach Jahrtausenden in unseren Lebensmitteln, Handwerks- und Tourismusprodukten widerspiegelt.

Um die Qualität und Originalität der Heriterra-Produkte zu garantieren arbeiten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus unterschiedlichen Bereichen zusammen:

Die Archäologie beschäftigt sich mit den Menschen und deren materiellen Hinterlassenschaften. Hierzu zählen nicht nur Gebäudereste, die noch unter der Erde schlummern, sondern auch Alltagsgegenstände und Kunstwerke aus Keramik, Glas, Metall oder Stein, die sich bis heute erhalten haben.

Die Archäobotanik untersucht Pflanzenreste die sich in archäologischen Kontexten über Jahrtausende erhalten haben. Hierzu zählen nicht nur Pflanzen, die zur Ernährung genutzt wurden, sondern auch Pflanzenarten, die in der Medizin, der Textilverarbeitung oder als Viehfutter Verwendung fanden. Archäobotanikerinnen und Archäobotaniker untersuchen zum einen pflanzliche Makroreste (z. B. Früchte und Samen), die mit dem freien Auge erkennbar sind. Zum anderen geben auch sog. Mikroreste (Sporen und Pollen) Hinweise auf die frühere Flora. Diese sind jedoch nur mit einem Stereomikroskop erkennbar.

Die Archäozoologie beschäftigt sich mit Tierknochen aus archäologischen Kontexten. Diese naturwissenschaftliche Fachrichtung versucht Fragestellungen zu beantworten, die in Zusammenhang mit dem Verzehr bestimmter Tierarten, der Domestikation und der Verarbeitung tierischer Produkte stehen.

Kriterien für Produkte unter der Dachmarke HERITERRA

Die Marke soll die Identität des archäologischen Erbes des Programmgebiets widerspiegeln. Somit soll die touristische Entwicklung der Regionen gefördert sowie ein besseres Verständnis der regionalen Bevölkerung für den Denkmalschutz geschaffen werden.

Die Produkte, Kurse und Workshops, die unter der Marke HERITERRA angeboten werden sollen, müssen bestimmte Kriterien und Voraussetzungen erfüllen.

Daraus ergibt sich, dass Produzentinnen / Produzenten eines Produktes, welches unter der Marke angeboten wird, über die Ziele und Anliegen der Marke Bescheid wissen und sich damit identifizieren können.

Abs. 1. Produktkriterien

Für ein Produkt der Marke HERITERRA müssen dessen Grundkomponenten, deren Verarbeitung und die historische Einordnung des Endproduktes im Einklang stehen. Daraus ergeben sich folgende Anforderungen, von denen zumindest eine, erfüllt sein sollte (s. Punkt 2).

1. Die Zutaten und/oder Materialien des Produkts sind durch archäologische Ausgrabungen nachweisbar.
2. Das Produkt und seine Materialien sind in antiken oder mittelalterlichen Schriftquellen belegt.
3. Die Zutaten bzw. Materialien eines Produkts sind durch sog. bioarchäologische Untersuchungen (Archäobotanik, Palynologie, Archäozoologie) nachweisbar.
4. Das Produkt bzw. seine Komponenten und der Herstellungsprozess sind durch experimentalarchäologische Untersuchungen rekonstruierbar.
5. Die Verarbeitung der Materialien zum Endprodukt soll unter Berücksichtigung historischer Techniken erfolgen, sofern moderne Hygiene- und Sicherheitsbestimmungen dies erlauben.

Aus den oben genannten Kriterien ergeben sich folgende Bestimmungen:

- Genutzte Materialien oder Nahrungsmittel eines Produktes, das einer bestimmten Epoche zugeordnet wird, müssen nachweislich auch in diesem Zeitabschnitt in der Region vorhanden gewesen sein. Z. B. Pflanzenarten, Holzarten, Tiere etc.
- Verarbeitung und Herstellung eines Produktes: die Verarbeitung von Rohmaterialien (z. B. Bronze, Eisen etc.) und die angewandten Techniken sollten für die angegebene Epoche des Produktes nachweisbar sein.

Für die oben genannten Kriterien wurde ein Handbuch verfasst, aus dem ersichtlich ist, welche Materialien und/oder Zutaten genutzt werden können. Dieses kann auf der Seite heriterra.eu heruntergeladen werden. Das Handbuch bietet auch einen historischen Überblick über die Verarbeitung diverser Rohstoffe.

Abs. 2. Nutzung von Zutaten, Materialien oder Herstellungstechniken, die nicht der zugeordneten Epoche zugeschrieben werden

Lebensmittel und Handwerk: Die wertgebenden Zutaten eines einer Epoche zugewiesenen Produktes müssen den Kriterien von Abs. 1 entsprechen. Sollten Zutaten genutzt werden, die nicht dieser Epoche entsprechen, muss der Produzent den Käufer / die Käuferin darauf hinweisen.

Eine möglichst starke Orientierung am Original soll angestrebt werden.

Abs. 3 Angebot von Workshop, Führungen und Kursen unter der Marke von HERITERRA

Die Inhalte von Vermittlungsprogrammen im Rahmen der Marke HERITERRA müssen auf wissenschaftlichen Inhalten basieren und den Kriterien von Abs. 1 entsprechen.

Abs. 4. Identifikation mit den Ideen der Marke

In allen Fällen gilt, dass Produzentinnen / Produzenten sowie Anbieterinnen / Anbieter bereit sind, sich mit der Marke und ihren Produkten zu identifizieren, diese im Rahmen ihrer Möglichkeiten zu bewerben und ihre Werte zu kommunizieren. Das bedeutet, dass:

- das Logo der Marke in Form von Etiketten, Banderolen oder dergleichen an den Produkten anzubringen ist.
- die Homepage des Produzenten/Anbieters mit der der Marke verlinkt wird.
- bei Lebensmitteln in gastronomischen Betrieben auf der Speisekarte oder einem eigenen Informationszettel auf die Marke hingewiesen wird.

Erklärungen zum Produkt:

Jedem Produkt soll eine kurze Beschreibung zu den Zutaten, genutzten Materialien oder zur Herstellungstechnik beiliegen. Hierbei soll auch darauf hingewiesen werden, ob diese Informationen von einer antiken oder mittelalterlichen Quelle oder aus (bio-)archäologischen Untersuchungen stammen.

Sollte das Produkt eine Zutat oder ein Material beinhalten, das in der zugewiesenen Epoche noch nicht genutzt wurde, muss darauf hingewiesen werden.

Abs. 5. Wie registriert man sich bei der Marke?

Interessierte Produzentinnen / Produzenten sowie Anbieterinnen / Anbieter können sich an die Gemeindeämter Großklein (Großklein 126, 8452 Großklein) und Hoče-Slivnica (Pohorska cesta 15, 2311 Hoče) wenden. Ein Online-Formular findet sich auf den Webseiten der entsprechenden Gemeinden und auf der Webseite der Marke.

Die Produzentin / der Produzent sowie die Anbieterin / der Anbieter können aus den oben genannten Kriterien in Eigenverantwortung ein Produkt, das von ihr / ihm selbst einer bestimmten Epoche zugewiesen wird, entwickeln. Dabei soll das Handbuch als Hilfestellung genutzt werden.

Die Zutaten, Materialien und/oder Herstellungstechniken des Produktes werden in der Folge von Verantwortlichen der Marke geprüft, und falls notwendig werden Änderungsvorschläge gegeben. Daraufhin wird eine Vereinbarung zwischen Produzentin / Produzent und Verantwortlichen der Marke getroffen. Für die Registrierung des Produktes fallen für die Produzentin / den Produzenten keine Kosten an.

Mit der Unterschrift bestätigt die Produzentin / der Produzent die Einhaltung der Kriterien.

HERITERRA

Narava človeku in nazaj

Kmetijstvo severovzhodne Slovenije in južne avstrijske Štajerske že tisočletja zaznamujejo podobne naravne danosti, kot sta geološka podlaga in podnebne značilnosti. Na podlagi tega so prebivalci tega območja razvili regionalne kulinarične posebnosti in tako v svojem okolju pustili prepoznaven družbeni in kulturni pečat po načelu „si, kar ješ“.

Po več kot dveh letih raziskav na področjih arheologije, botanike in zoologije, po preučevanju razvoja kmetijstva od začetka mlajše kamene dobe do konca srednjega veka na avstrijskem Štajerskem in na območju severovzhodne Slovenije, je v okviru evropskega projekta „PalaeoDiversiStyria“ nastala blagovna znamka Heriterra.

Iskali smo odgovore na vprašanja, kako so se skozi tisočletja oblikovale in spreminjale naše prehranjevalne navade.

Katere rastline že od nekdaj rastejo v naši regiji?

Katere rastline in živali so značilne za posamezna obdobja v preteklosti?

Katere rastline so v tem prostoru nove v posameznem obdobju in katere so bile izrinjene?

Kakšna je bila prehrana in kakšno je bilo rokodelstvo naših prednikov?

Skupaj s kmetovalci, gastronomi in obrtniki smo na podlagi novih spoznanj razvili proizvode, ki jih ponujajo sodelujoči ponudniki. Tako smo vzpostavili vez med ljudmi in bogato arheološko dediščino njihovega okolja. Ime znamke HERITERRA je kombinacija



angleške besede „heritage“ oz. dediščina in latinskega izraza za zemljo („terra“). Heriterra ni le sinonim za kakovost in regionalnost, pač pa tudi za zgodovinsko raznovrstnost, ki se je razvijala skozi tisočletja in se zrcali v naših prehrabnih, rokodelskih in turističnih izdelkih.

Da bi zagotovili kakovost in izvirnost izdelkov blagovne znamke Heriterra, pri projektu sodelujejo raziskovalci različnih področij:

Arheologija se z različnimi interdisciplinarnimi metodami osredotoča na raziskovanje življenja ljudi v preteklosti in njihovo materialno zapuščino. K temu ne prištevamo le ostankov stavb, ki dremajo pod površjem, temveč tudi predmete za vsakdanjo rabo ter izdelke iz keramike, stekla, kovine in kamna, ki so se ohranili do danes.

Arheobotanika proučuje arheološko odkrite rastlinske ostanke, ki so se v arheoloških kontekstih ohranili skozi tisočletja. To ne zajema le rastlin za prehrano, ampak tudi kot zdravila, za izdelavo tkanin ali krmo za živali. Arheobotaniki proučujejo makroostanke rastlin, kot so plodovi in semena, ki so vidni s prostim očesom. Raziskujejo pa tudi tako imenovane mikroostanke, kot so spore in pelod, ki jih je mogoče prepoznati le pod mikroskopom in na osnovi katerih lahko sklepamo o nekdanjem rastlinstvu.

Arheozoologija raziskuje živalske kosti in druge živalske ostanke v arheoloških kontekstih. Z natančnim pregledom zooloških najdb poskušajo raziskovalci v tej naravoslovni vedi najti odgovore na vprašanja o pomembnosti določenih živalskih vrst v prehrani in pri delu v preteklosti, o procesih udomačitve živali in o predelavi proizvodov živalskega izvora.

Merila za proizvode krovne znamke HERITERRA

Blagovna znamka mora odražati identiteto arheološke dediščine programskega območja, z namenom spodbujanja razvoja turizma v regijah in razumevanja spomeniškega varstva med lokalnim prebivalstvom.

Izdelki, tečaji in delavnice, ki bodo ponujeni pod blagovno znamko HERITERRA, morajo izpolnjevati določena merila in pogoje.

To pomeni, da proizvajalci in proizvajalke proizvoda, ki se ponujajo v okviru znamke, poznajo cilje in namen blagovne znamke ter se lahko z njimi poistovetijo.

Odstavek 1: Merila za proizvode

Osnovne sestavine končnega proizvoda znamke HERITERRA, njegova obdelava in zgodovinska razvrstitev morajo biti med sabo skladni. Iz tega izhajajo naslednje zahteve, od katerih mora biti izpolnjena vsaj ena (glej točko 2).

- 1. Sestavine in/ali materiale proizvoda je mogoče dokazati z arheološkimi izkopavanji.*
- 2. Proizvod in materiali, iz katerih je, so opisani v antičnih ali srednjeveških pisnih virih.*
- 3. Sestavine oziroma materiale proizvoda je mogoče dokazati s t.i. bioarheološkimi raziskavami (arheobotaniko, palinologijo, arheozoologijo).*
- 4. Proizvod oziroma njegove sestavine in proces izdelave je mogoče rekonstruirati z eksperimentalnimi arheološkimi raziskavami.*
- 5. Predelava materialov v končni proizvod temelji na zgodovinskih tehnikah, če to dopuščajo sodobni higienski in varnostni predpisi.*

Iz zgornjih meril izhajajo naslednje določbe:

- Uporabljeni materiali ali živila v proizvodu, razvrščenem v določeno zgodovinsko obdobje, so morali biti v tem zgodovinskem obdobju dokazano prisotni tudi v tej regiji. Na primer rastlinske vrste, vrste lesa, živali itd.*
- Predelava in izdelava izdelka: predelavo surovin (na primer brona, železa itd.) in uporabljene tehnike je mogoče dokazati za navedeno obdobje.*

Za navedena merila je bil napisan priročnik, iz katerega je razvidno katere materiale in/ali sestavine je mogoče uporabiti. Priročnik je na voljo za prenos na strani heriterra.eu. Priročnik vsebuje tudi zgodovinski pregled predelave različnih surovin.

Odstavek 2: Raba sestavin, materialov ali tehnik izdelave, ki niso pripisane določeni dobi

Hrana in obrti: pomembne sestavine proizvoda, ki je razvrščen v določeno obdobje, morajo izpolnjevati merila iz odstavka 1. Če so v proizvodu uporabljene sestavine, ki niso skladne s tem obdobjem, mora proizvajalec kupca/kupko na to opozoriti.

Proizvod naj bo kar se da podoben originalu.

Odstavek 3: Ponudba delavnic, vodenih ogledov in tečajev pod blagovno znamko HERITERRA

Vsebina izobraževalnih programov pod blagovno znamko HERITERRA mora temeljiti na znanstvenih vsebinah in biti v skladu z merili iz prvega odstavka.

Odstavek 4: Istovetenje z idejami blagovne znamke

V vseh primerih velja, da so se proizvajalke/proizvajalci in ponudnice/ponudniki pripravljene poistovetiti z blagovno znamko in njenimi izdelki, jih promovirati v okviru svojih zmožnosti in posredovati njene vrednote. To pomeni, da:

- izdelki nosijo logotip blagovne znamke na etiketah, obodnih trakovih in podobnih oznakah.
- je na domači strani proizvajalca/dobavitelja navedena povezava na blagovno znamko.
- gostilne in restavracije blagovno znamko nevedejo v menijih ali na posebnih oznakah jedi.

Pojasnila o proizvodu:

Vsakemu izdelku je treba dodati kratek opis sestavin, uporabljenih materialov ali tehnike izdelave. Navesti je treba tudi to, ali te informacije izvirajo iz antičnega ali srednjeveškega vira ali iz (bio)arheoloških raziskav.

Če izdelek vsebuje sestavino ali material, ki v določeni dobi še ni bil uporabljen, je potrebno navesti tudi to.

Odstavek 5: Kako se registrirati pri blagovni znamki?

Zainteresirani proizvajalke/proizvajalci in dobaviteljice/dobavitelji se lahko obrnejo na občinski pisarni Großklein (Großklein 126, 8452 Großklein) in Hoče-Slivnica (Pohorska cesta 15, 2311 Hoče). Spletni obrazec je na voljo na spletnih straneh posameznih občin in na spletni strani blagovne znamke.

Proizvajalka/proizvajalec in ponudnica/ponudnik lahko v skladu z zgoraj navedenimi kriteriji na lastno odgovornost razvije produkt, ki ga sama/sam razvrsti v določeno dobo. Pri tem naj v pomoč služi priročnik.

Sestavine, materiale in/ali tehnike izdelave bodo nato pregledale odgovorne osebe pri blagovni znamki in po potrebi predlagale spremembe. Potem se sklene dogovor med proizvajalko/proizvajalcem in odgovornimi osebami pri blagovni znamki. Proizvajalka/proizvajalec z registracijo izdelka nima stroškov.

Proizvajalka/proizvajalec s podpisom potrdi skladnost z merili.

Entwicklung des Zeichens Razvoj znaka

Der Wunsch des Kunden war, dass das Zeichen die folgenden Begriffe darstellen oder zusammenfassen sollte:

- regional - Steiermarkgebiet;
- Erbe - Authentizität;
- einzigartig - erkennbar;
- wissenschaftlich unterstützt- Archäologie und Botanik;
- zeitlicher Rahmen- Verwendung von authentischen Materialien.

Želja s strani naročnika je bila, da bi moral znak predstavljati oz. povzemati naslednje termine:

- regionalno – območje Štajerske;
- dediščina – avtentičnost;
- edinstveno – prepoznavno;
- podprto z znanostjo – arheologija in botanika;
- časovni okvir – uporaba avtentičnih materialov.

**LOKAL &
REGIONAL**

LOKALNO &
REGIONALNO**ERBE**

DEDIŠČINA

EINZIGARTIG

EDINSTVENO

**WISSEN-
SCHAFTLICH
UNTERSTÜTZT**

ZNANSTVENO
PODPRTO**ZEITLICHER
RAHMEN**

ČASOVNI
OKVIR**AUTHENTISCHE
MATERIALIEN**

AVTENTIČNI
MATERIALI

Logo

Logotip

Das Logo besteht aus einem zentralen grafischen Zeichen, das von der Beschriftung der Marke und dem Slogan, der sie positioniert, abgerundet wird.

Das Logo steht für den Menschen der Vergangenheit und die Natur, die er zu seinem Zweck veränderte. Seit jeher formte der Mensch seine Umgebung nach seinen Bedürfnissen.

Das grafische Element besteht aus einem steinernen Handbeil und einem Einkorn. Sie repräsentieren symbolisch das Wissen, welches das Projekt unterstützt hat: Archäologie und Archäobotanik.

Logotip je sestavljen iz sredinskega grafičnega znaka, ki ga ga obkroža napis blagovne znamke in slogana, ki jo pozicionira.

Razvoj znaka je izhajal iz človeka, ki je živel v tistem času, in narave, ki si jo je preoblikoval do te mere, da je lahko z njo bival. Iz narave je povzel materiale, ki so mu lahko koristili, in z njimi začel obdelovati.

Grafični element je sestavljen iz pestnjaka in enozrnice. Tako sta simbolično nakazani vedi, ki sta ta projekt podprli: arheologija in arheobotanika.

**MENSCH**

ČLOVEK

**NATUR**

NARAVA

**ZUBEHÖR**

PRIPOMOČEK

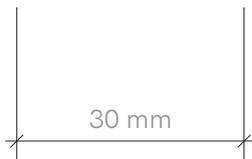
FAUSTKEIL
PESTNJAK**EINKORN**
ENOZRNICA**VERWENDUNG FÜR
WERBEZWECKE IN ÖSTERREICH**UPORABA ZA PROMOCIJSKE NAMENE
NA OBMOČJU AVSTRIJE**VERWENDUNG FÜR
WERBEZWECKE IN SLOWENIEN**UPORABA ZA PROMOCIJSKE NAMENE
NA OBMOČJU SLOWENIJE

Größe

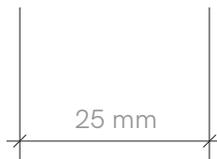
Velikost

Die Größe des Logos wird an das Format und die Anwendung angepasst.
Die minimal zulässige Größe beträgt 20 mm.

*Velikost logotipa se prilagodi formatu in uporabi.
Minimalna dopustna velikost je 20 mm.*



30 mm



25 mm



20 mm

MINIMALGRÖSSE
minimalna velikost

Farben

Barve

Die Grundfarbe wird durch die Farbe des Logos bestimmt – grau.

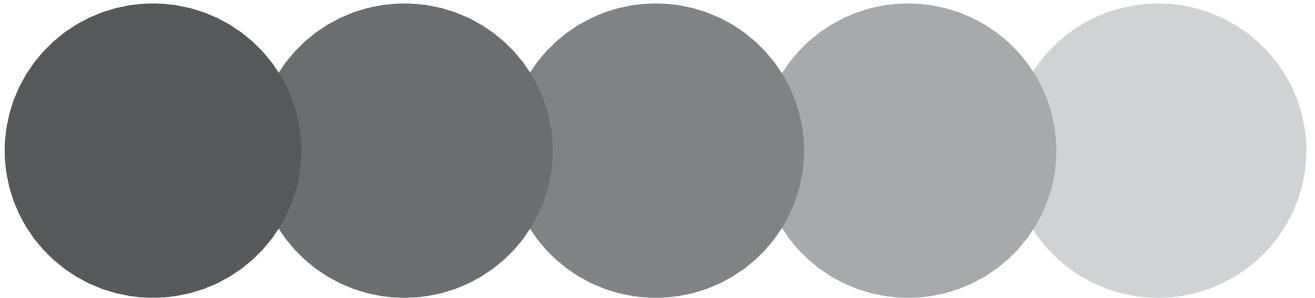
Sekundäre Farbkombinationen in Kombination mit einem Zeichen stellen eine „Marke“ dar, die einzelne Bereiche darstellen wird.
Das Logo erscheint immer in der gleichen Farbversion - grau.

Primarna barva je determinirana z barvo logotipa – siva.

*Sekundarni barvni sestavi pa v kombinaciji z znakom predstavljajo »značko«, ki bo zastopala posamezna področja.
Logotip se bo na barvni podlagi pojavil vedno v enaki barvni različici – sivi.*

GRUNDFARBE

PRIMARNA BARVA

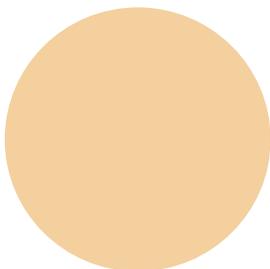


GRAU | SIVA

CMYK	0/0/0/80
RGB	88/89/91
HEX	#58595B

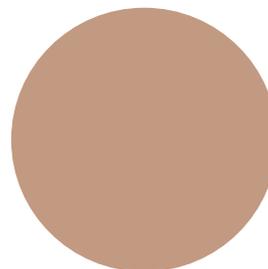
SEKUNDÄRFARBEN

SEKUNДАРNE BARVE



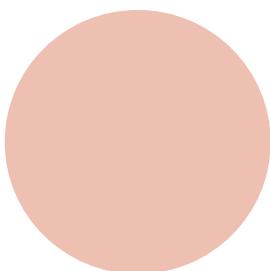
GELB | RUMENA

CMYK	4/18/40/0
RGB	241/208/159
HEX	#F1D09F
PANTONE	155C



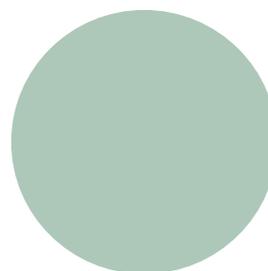
BRAUN | RJAVA

CMYK	24/40/49/1
RGB	196/154/129
HEX	#C49A81
PANTONE	7521C



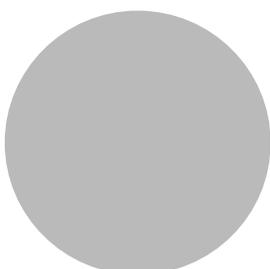
ROSA | ROZA

CMYK	5/27/25/0
RGB	239/194/179
HEX	#EFC2B3
PANTONE	489C



GRÜN | ZELENA

CMYK	33/10/29/0
RGB	173/201/184
HEX	#ADC9B8
PANTONE	559C



GRAU | SIVA

CMYK	27/21/22/0
RGB	187/187/187
HEX	#BBBBBB
PANTONE	COOL GRAY C

Farben

Barve

Die sekundären Farben bestimmen auch die Rubriken. So taucht das Zeichen auf dem Hintergrund immer als „Abzeichen“ für einen bestimmten Entwicklungsbereich der Warenmarke auf.

Es ist auf die Stimmigkeit der Farbhintergründe und der Inhalte zu achten.

Heriterra ist in folgenden Bereichen vertreten:

- **GELB** stellt Essen und Getränke dar,
- **ROSA** vertritt den Bereich Kosmetik und Wellness,
- **GRAU** erscheint auf Handwerksprodukten,
- **BRAUN** wird im Bereich der Landwirtschaft vertreten,
- **GRÜN** stellt Tourismus und Tourismuszielorte dar.

Sekundarne barve determinirajo tudi rubrike. Tako se znak na barvni podlagi pojavlja vedno kot „značka“ za določeno vejo razvoja blagovne znamke.

Paziti je potrebno na skladnost barvnih podlag in vsebine.

Heriterra je zastopana na naslednjih področjih:

- *RUMENA* predstavlja hrano in pijačo,
- *ROZA* zastopa področje kozmetike in velnesa,
- *SIVA* se pojavlja na rokodelskih produktih,
- *RJAVA* je zastopana na področju agrikulture,
- *ZELENA* pa predstavlja turizem in turistične destinacije.



GELB | RUMENA

ESSEN & GETRÄNKE
HRANA & PIJAČA



ROSA | ROZA

KOSMETIK & WELLNESS
KOZMETIKA & VELNES



GRAU | SIVA

HANDWERKLICHE PRODUKTE
ROKODELSKI IZDELKI



BRAUN | RJAVA

LANDWIRTSCHAFT
KMETIJSTVO/AGRIKULTURA



GRÜN | ZELENA

TOURISMUS & TOUREN
TURIZEM & DESTINACIJE

Hintergrund

Podlaga

Das Logo muss in seiner Grundform, dem Kreis, bleiben. Die Schrift wird mit dem Grauton bestimmt, die Kreisfarbe passt sich dem Inhalt, den es darstellt, an (siehe vorherige Seite). Sofern die Hintergrundfarbe nicht mit dem Hintergrund übereinstimmt bzw. nicht genug Kontrast bildet, ist immer die Grundfarbenkombination anzuwenden: weißer Kreis und graues Zeichen.

So bleibt das Zeichen erkennbar, lesbar und damit positioniert es sich leichter.

Die Verkleinerung ist erlaubt, jedoch nur bis zur Mindestgröße, die auf Seite 19 definiert wird.

Logotip mora ostati v svoji primarni obliki, v krogu. Napis je določen s sivino, barva kroga pa se prilagaja vsebini, ki jo zastopa (glej prejšnjo stran).

V kolikor barvna podlaga ne sovпада s podlago oz. ni dovolj kontrastna, se vedno uporabi primarna barvna kombinacija: bel krog in siv znak.

Tako bo ostal znak prepoznaven, berljiv in s tem se bo lažje pozicioniral.

Dovoljeno je pomanjševanje, vendar le do minimalne velikosti, ki je opredeljena na strani 19.



Verbote

Prepovedi

Das Logo muss erkennbar und lesbar bleiben. Jegliche Modifikation ist verboten. Es werden Beispiele verbotener Änderungen dargestellt.

Logotip mora ostati prepoznaven in čitljiv. Prepovedano je kakršno koli modificiranje. Prikazani so primeri nedovoljenih sprememb.



KEINE Schatten oder anderen Effekte hinzufügen.

NE dodajajte senc ali drugih efektov.



Die einzelnen Teile des Logos dürfen NICHT verändert werden.

NE modificirajte posameznih delov logotipa.



Ändern Sie KEINE Elemente.

NE spreminjajte razmerij.



KEINE nicht autorisierten Farbhintergründe verwenden.

NE uporabljajte nedovoljene barvne podlage.

Schriftart

Tipografija

Grundtypografie

Montserrat wird für größere und wichtigere Beschriftungen (Titel, Slogans) ausgewählt. Es können Regular oder Bold verwendet werden. Es ist auch erwünscht, Bold für den Titel und Regular für den Untertitel oder Slogan zu verwenden.

Sekundäre Typografie

Open sans wird für fortlaufende Texte verwendet. Sofern es möglich ist, wird die Light-Ausführung verwendet, außer wenn der Hintergrund es nicht erlaubt, ist die kräftigere Schriftart zu verwenden - Regular.

Beide Schriftarten sind unter der Internetseite <http://fonts.google.com/> zugänglich.

Primarna tipografija

Montserrat je izbran za večje in pomembnejše napise (naslove, slogane). Lahko uporabimo Regular ali Bold. Zaželeno je, da se Bold uporabi za naslov, Regular pa za podnaslov ali slogan.

Sekundarna tipografija

Open sans je uporabljen za tekoča besedila. V kolikor je mogoče, uporabimo Light izvedbo, razen ko nam podlaga ne dovoljuje, uporabimo krepkejšo tipografijo - Regular.

Obe tipografiji sta dosegljivi na spletni strani <http://fonts.google.com/>

Montserrat - Bold

Aa Bb Cc Čc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Rr Ss Šš Tt Uu Vv Zz Žž
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! * & % #

Montserrat - Regular

Aa Bb Cc Čc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Rr Ss Šš Tt Uu Vv Zz Žž
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! * & % #

Open Sans Regular

Aa Bb Cc Čc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Rr Ss Šš Tt Uu Vv Zz Žž
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! * & % #

Open Sans Light

Aa Bb Cc Čc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Rr Ss Šš Tt Uu Vv Zz Žž
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? ! * & % #

Beispielbilder

Primeri fotografij

Der Inhalt der Bilder muss den Textteil des Materials unterstützen.
Die visuellen Elemente sollen Aufnahmen im Bereich der Archäologie, Botanik oder des Handwerkes darstellen. Sie sollen Tradition, Erbe und Natur darstellen.

Der Stil der Bilder soll den Beobachter anziehen, sodass er die Bedeutung des Erbes und dessen Erhaltung nachvollziehen kann, entweder durch das Essen, Handwerksgegenstände oder touristische Standorte.

*Vsebinske fotografije mora podpirati tekstovni del materiala.
Vizualni naj predstavljajo posnetke s področja arheologije, botanike, rokodelstva.
Predstavljajo naj tradicijo, dediščino, naravo.*

Stil fotografij naj opazovalca privabi, da začuti pomen dediščine in ohranjanje le-te, bodisi skozi hrano, rokodelske predmete ali destinacije.

1. https://www.google.com/search?q=Einkorn-in-Mona-copy&client=safari&rls=en&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKewjho7uL8bPhAhVDwcQBHYrLBLUQ_AUIDigB&biw=1986&bih=911#imgrc=anB-WebmjEd_iM:
2. <https://www.deliciousandsons.com/blog/sharing-friends-laughter-dining-al-fresco/>
3. <https://www.littlerockfamily.com/post/115799/petit-jean-celebrates-archeology-day>
4. <https://www.museum-joanneum.at/en/archaeology-museum-schloss-eggenberg/exhibitions/exhibitions/events/event/7960/earth-water-fire-1>
5. <https://www.gettyimages.com/photos/670920096?alloweduse=availableforalluses&family=creative&license=rf&phrase=670920096&sort=best#license>
6. <https://www.gettyimages.com/detail/photo/analog-flip-flops-royalty-free-image/988472580>
7. <https://www.standard.co.uk/lifestyle/london-life/what-is-hygge-everything-you-need-to-know-about-practicing-the-danish-concept-in-london-a3291186.html>



Anwendungen

Aplikacije

Nach den oben bestimmten Farbrubriken ist die Marke Heriterra auf den einzelnen Produkten anzuwenden. Wo es die Größe des Gegenstands ermöglicht, bringen wir eine Kennzeichnungsetikette, die kurze Daten über das Projekt und Informationen zum Gegenstand enthält.

Es wird auch ein Verpackungspapier, in das Heriterra-Gegenstände eingewickelt und mit dem Heriterra-Zeichen fixiert werden, vorgeschlagen.

Po zgoraj določenih barvnih rubrikah apliciramo značke Heriterra na posamezne produkte. Kjer velikost predmeta omogoča, mu nadenemo označevalni kartonček, ki vsebuje kratke podatke o projektu in o tem, kaj predmet predstavlja.

Predlagan je tudi ovojni papir, v katerega lahko Heriterra predmete ovijemo in jih fiksiramo s Heriterra značko.



ESSEN & GETRÄNKE
(Beispiel für Etiketten und Packpapier)
 HRANA & PIJAČA
 (primer značke in ovojnega papirja)



EISENZEITLICHES GEFÄß
(Muster des Etiketts)
 POSODA IZ ŽELEZNE DOBE
 (primer kartončka)





KOSMETIK & WELLNESS
KOZMETIKA & VELNES

TOURISMUS & PROMOTIONEN
TURIZEM & PROMOCIJA



Werbung

Promocija

Zum Zweck der Werbung der Marke sind verschiedene Markenwendungen auf verschiedenen Gegenständen zu verwenden. Es ist das Ziel, dass die Marke möglichst häufig im Alltag erscheint und zu seinem Teil wird - wir ziehen das Shirt an, gehen mit der Tasche zum Einkauf, wo wir Heriterra-Produkte kaufen, an den Werbeflächen erscheinen Werbebanner mit der genannten Marke ...

Die Grafik ist mit farbigen Kreisen, welche die Entwicklungsbereiche der Warenmarke Heriterra darstellen, aufzuwerten.

Za namen promocije znamke se uporabijo različne aplikacije znamke na različnih predmetih. Cilj je, da se znamka čim večkrat pojavlja v vsakdanjem življenju in postane del njega - majico oblečemo, z vrečko gremo v trgovino, kjer kupimo Heriterrine produkte, na oglasnih prostorih se pojavijo reklamni panoji z omenjeno značko ...

Grafiko popestrijo barvni krogi, ki zastopajo področja razvoja blagovne znamke Heriterra.



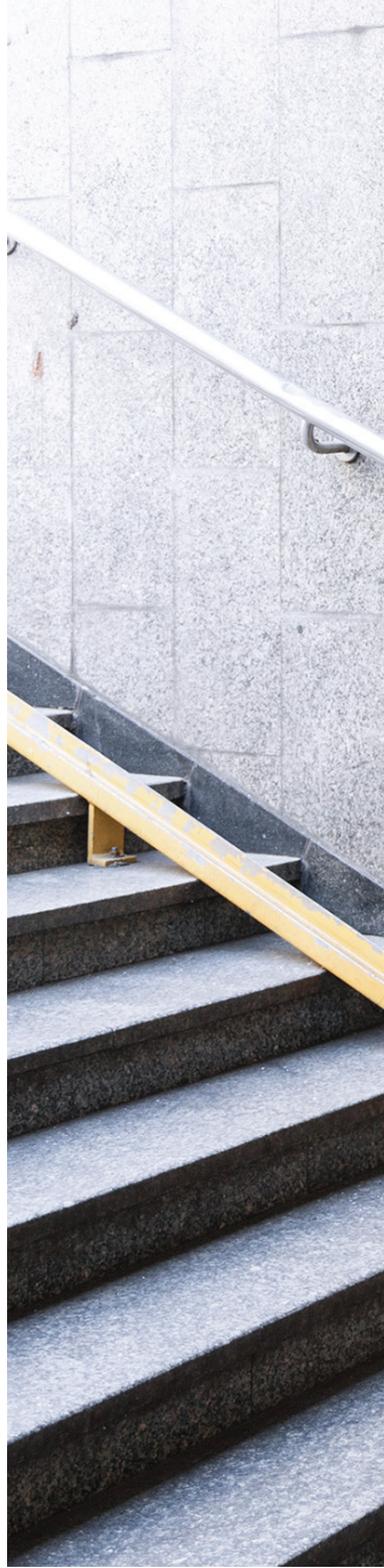
www.heriterra.eu

Erbe. Tradition. Gefühl.

LOKALES STEIRISCHES KULTURERBE



Revitalisierung des antiken
Materialien und Techniken
mit lokalen Produzenten
innerhalb des Projekts
PaläoDiversiStyria.



www.heriterra.eu

Erbe. Tradition. Gefühl.

LOKALES STEIRISCHES KULTURERBE

Revitalisierung von antiken
Materialien und Techniken
mit lokalen Produzenten
innerhalb des Projekts
PaläoDiversiStyria.



www.heriterra.eu

**Universalmuseum
Joanneum**



Faculty of Agriculture
and Life Sciences



Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije
Institute for the Protection of Cultural Heritage of Slovenia



**Marktgemeinde
Großklein**

KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ
UNIVERSITY OF GRAZ



**OBČINA
HOČE-SLIVNICA**