



Corporate Design Handbuch

Informationen und
Gestaltungsrichtlinien



**LAND
SALZBURG**

Inhalt

Stand April 2016

Grundsätzliches

Vorwort	0-1
Wichtige Informationen	0-2

Bereich I - Grundelemente

Das Logo	I-1
Logovarianten	I-4
Schriftarten, Schriftschnitte	I-5
Farbschema	I-6

Bereich II - Publikationen

Titelseite, Gestaltungsraster	II-1
Platzierung von Logos	II-3
Rückseite und Rücken	II-4
Innenenteil von Publikationen	II-5
Textspalten	II-6
Textgestaltung	II-7
Umgang mit Bildern	II-10

Bereich III - Druckwerke

Plakate und Flyer	III-1
Inserate	III-3
Zeugnisse und Urkunden	III-4
Geschäftsausstattung	III-5
Einladungen	III-6

Bereich IV - Digitale Medien

Internet, Social Media und Apps	IV-1
---------------------------------------	------

Bereich V - Sonstiges

Beschilderung	V-1
Präsentationen	V-2
Dienstkleidung und Dienstfahrzeuge	V-3

Grundsätzliches



Zukunftsweisendes Design für unser Land Salzburg

Das einheitliche Erscheinungsbild des Landes Salzburg - das Corporate Design (CD) - soll die Qualität und die Leistungen unserer serviceorientierten, modernen Landesverwaltung klar und deutlich abbilden. Es dient dazu, den Kontakt mit der Landesverwaltung übersichtlich zu gestalten und den Dialog des Landes mit seinen Bürgerinnen und Bürgern transparent zu machen.

Das CD-Manual ist der rote Faden für die einheitliche und zeitgemäße optische Präsenz des Landes. Es enthält die Vorgaben für die Verwendung des Landeslogos sowie für die Gestaltung der verschiedenen Kommunikationsmittel und der Geschäftsausstattung. Es zeigt die wichtigsten visuellen Gestaltungselemente, die Schriften und Vorgaben sowie deren Anwendung. Es bietet somit Identität und Orientierung sowohl nach innen wie auch nach außen. Die Gestaltung hat ausnahmslos den in diesem CD-Manual festgelegten Richtlinien zu folgen.

Das Landeswappen als fester Bestandteil des Salzburger Landeslogos weist auf die Erfahrung, Kompetenz und Zuverlässigkeit seines Absenders hin. Aufgrund der mittlerweile überwiegenden Anwendung im digitalen Bereich wurde für das neugestaltete Landeslogo eine technisch vereinfachte Form des Landeswappens entwickelt. Dieses ist nur im Landeslogo so zu verwenden und stellt keine Änderung des Salzburger Landeswappens dar.

Die visuelle Visitenkarte des Landes basiert auf mehreren Voraussetzungen: Einerseits soll ein klares und einheitliches Erscheinungsbild des Landes Salzburg gewährleistet werden, zum anderen muss die CD-Linie den unterschiedlichsten Anforderungen der Landesverwaltung sowie der Einrichtungen des Landes gerecht werden. Weiters müssen das Landeslogo und die CD-Linie den aktuellen

Entwicklungen entsprechen und möglichst einfach und kostengünstig umzusetzen sein.

Bei der Überarbeitung der CD-Linie gab es einen wesentlichen Grundgedanken, der die Weiterentwicklung bestimmte. Es galt die Basis für einen lebendigen und vielfältigen Auftritt zu legen, der auch im Laufe der Zeit nichts an seiner Wiedererkennbarkeit einbüßen wird. Die Umsetzung muss einfach in der Handhabung und individuell im Ausdruck in allen Medien zu verwirklichen sein.

Mithilfe von einfachen Regeln und bestimmten Grundelementen wird größtmöglicher Gestaltungsfreiraum geboten. Klare Farben, praktikable Schriften, ein strikter Gestaltungsraster und Vorgaben zum Umgang mit den Formaten bilden das Gerüst. Diese Basiselemente prägen den Gesamtauftritt des Landes und positionieren es als starke Marke. Wir drücken damit Modernität, Serviceorientierung und Transparenz aus.

Aufgrund der Entwicklungen in den vergangenen zwei Jahrzehnten, neuen Herausforderungen durch Internet und Social Media und nicht zuletzt geänderten Erwartungen an einen öffentlichen Auftritt wurden die grafische Weiterentwicklung des seit 1995 bestehenden Landeslogos und die Adaptierung der CD-Linie notwendig. Damit soll auch optisch ein Zeichen für die Zukunftsorientierung der Salzburger Landesverwaltung gesetzt werden.

Landeshauptmann
Dr. Wilfried Haslauer

Wichtige Informationen für Auftraggeber und Anwender

Zu beachten

Bitte lesen Sie diese Seite gut durch, bevor Sie selbst Werbemittel produzieren oder diese in Auftrag geben wollen.

Workflow

Für alle Dienststellen des Landes Salzburg gilt Erlass 2.30 - Information, Kommunikation und Marketing des Landes.

Jede Erstellung eines Werkes im Corporate Design des Landes Salzburg ist rechtzeitig, am besten vor Beginn der Arbeiten, mit dem Landes-Medienzentrum abzustimmen und von diesem zu genehmigen. Wenn möglich ist von Dienststellen des Landes Salzburg die Hausgrafik des Landes Salzburg mit der grafischen Gestaltung zu betrauen.

Vor Drucklegung bzw. Veröffentlichung ist die geplante Endversion dem Landes-Medienzentrum ebenfalls zeitgerecht zur Freigabe zu übermitteln.

Datenbereitstellung

Dateien des Logos Land Salzburg stehen auf der Homepage des Landes Salzburg unter www.salzburg.gv.at/cd zum freien Download zur Verfügung, ebenso die Datei des Corporate Design Handbuchs (CD-Manual). Spezielle Layoutdateien können nach Abstimmung mit dem Landes-Medienzentrum/Marketing von der Hausgrafik des Landes Salzburg zur Verfügung gestellt werden.

Nicht alle Anwendungen sind im vorliegenden Manual dargestellt. Spezielle oder eher selten benötigte Layouts sind in der Hausgrafik verfügbar.

Nutzungsbedingungen

Alle in diesem Manual enthaltenen Unterlagen, insbesondere das Landeslogo, dürfen vom Anwender ausschließlich zur Ausführung des von der jeweils zuständigen Landes-Dienststelle genehmigten Auftrages verwendet werden.

Sämtliche Veröffentlichungen von Werken, die unter Zuhilfenahme dieser Unterlagen erstellt wurden, bedürfen der vorherigen Genehmigung durch das Landes-Medienzentrum.

Ausgenommen davon sind reine Logoabbildungen aufgrund von Förderungszusagen. Diese sind mit der jeweiligen fördergebenden Stelle abzustimmen. Alle Rechte für die im Manual enthaltenen Informationen und Daten liegen ausschließlich beim Land Salzburg. Das Logo „Land Salzburg“ ist europaweit als Marke geschützt.

Normformate und Materialauswahl

0-2

Die meisten Publikationen sind auf den klassischen DIN-Formaten für Drucksorten aufgebaut. Hauptsächlich eingesetzt werden die Formate DIN lang, A5, A4, A3, A2 und A1 im Hochformat. Das dient auch der Materialersparnis bei der Produktion und beim Ausdrucken von Downloads. In manchen Fällen, zum Beispiel bei Gebäudeschildern, kann diese Relation verändert werden.

Bei der Materialauswahl sind gestalterische und ökologische Aspekte zu berücksichtigen. Die Drucksorten sollen durch ihre angenehme Oberfläche freundlich und sympathisch wirken. Statt glatten, glänzenden Papieren eignen sich dafür matte und natürliche Sorten viel besser. Das Offsetpapier als Beispiel ist zudem in vielen Grammaturen erhältlich. Auf unnötige Druckveredelungen sollte im Sinne des ökologischen Gedankens verzichtet werden.

Aktualisierung

Corporate Design ist auch „Work in progress“. Das Corporate Design Manual des Landes Salzburg soll zukünftig entsprechend den Erfahrungen und Veränderungen regelmäßig aktualisiert werden. Bitte achten Sie darauf, dass Sie immer die aktuelle Version verwenden.

Kontakt

Zuständige Ansprechpartner für Anfragen zum Corporate Design des Landes Salzburg sowie für Abstimmung und Genehmigung sind

- **Mag. Franz Wieser**, MBA, Leitung Landes-Medienzentrum
- **Bernadette Ennsmann**, MIM, Leitung Marketing und Stv. Leitung Landes-Medienzentrum
- **Ulrike Fuschlberger**, Assistenz Marketing

Impressum

Medieninhaber: Land Salzburg | **Herausgeber:** Mag. Franz Wieser, MBA, Leitung Landes-Medienzentrum | **Inhaltliches Konzept und Redaktion:** Bernadette Ennsmann, MIM, Mag. Karin Gföllner Alle Postfach 527, 5010 Salzburg | **Grafisches Konzept und Gestaltung:** die fliegenden fische werbeagentur gmbh, Schranngasse 10e, 5020 Salzburg | **Druck Mappe und Register:** Druckerei Roser, 5300 Hallwang bei Salzburg | Innenseiten digital zur Verfügung gestellt unter www.salzburg.gv.at/cd | **Stand:** April 2016

Bereich I

Grundelemente

Das Logo

Die Wort-Bildmarke

Das Logo - die Wort-Bildmarke - zeichnet sich durch gute Sichtbarkeit aus. Auf das Wesentliche reduziert besitzt die Wort-Bildmarke einen hohen Wiedererkennungswert. Sie lässt sich optimal in den unterschiedlichen Anwendungen integrieren. Selbst bei kleiner Darstellung bleibt das Logo gut erkennbar und eindeutig.

Das neugestaltete Logo „Land Salzburg“ ersetzt seit 1.1.2015 das bisherige. Es sind ausschließlich die auf www.salzburg.gv.at/cd bzw. vom Landes-Medienzentrum und/oder der Hausgrafik zur Verfügung gestellten Dateien zu verwenden.

Das neugestaltete Landeslogo enthält das Landeswappen in technisch vereinfachter Form. Für besondere Verwendungen steht - ausschließlich nach Absprache mit dem Landes-Medienzentrum - eine Logovariante mit dem historischen Originalwappen zur Verfügung.

Die Wort-Bildmarke in Farbe

I-1



LAND SALZBURG

Der Balken

Er dient als „Abschlusselement“ und verleiht Wappen und Schriftzug den nötigen „Boden“.

Das Wappen

Ausgangsbasis ist das Originalwappen des Landes Salzburg. Besonders in Hinblick auf einen kleinformatischen Einsatz wurde es jedoch grafisch und in der Farbgebung vereinfacht.

Der Schriftzug

Ausgangsbasis ist die Schrifttype „Benton“, die im Sinne der Individualität überarbeitet wurde. Der Schriftzug erhält dadurch seine signifikante Eigenständigkeit. Der Name LAND SALZBURG ist in Großbuchstaben und zweizeilig gesetzt, die Platzierung des Wappens macht den Schriftzug zur Wort-Bildmarke.



LAND SALZBURG



LAND SALZBURG



LAND SALZBURG



LAND SALZBURG

Einsatz in Grauwerten oder Strich

Die einfarbige Variante kommt dann zum Einsatz, wenn es die Produktion des entsprechenden Werbemittels nicht anders zulässt. Dafür gibt es zwei Varianten: Bei der Grau-Variante sind die ansonsten roten Flächen im Wappen in einem Grauton gerastert. Alle anderen Flächen bleiben weiß. Bei der Strich-Variante wird dieser Grauton durch eine Liniatur in vollem Schwarz ersetzt. Schrift und Balken sind in beiden Varianten ebenfalls in vollem Schwarz.

Einsatz positiv und negativ

Auf kontrastarmen Hintergründen, die einen Helligkeitswert bis maximal 50% aufweisen, wird die positive Version der Wort-Bildmarke eingesetzt. Die negative Version gilt für alle dunkleren Hintergründe. Schrift und Balken sind dann weiß, das farbige Wappen bekommt eine weiße Outline. Ein Einsatz der Wort-Bildmarke auf kontraststarken Flächen soll generell vermieden werden, da es Klarheit und Erkennbarkeit schwächt.

Weißraum der Wort-Bildmarke

Jede Wort-Bildmarke benötigt „Luft“, also einen freibleibenden Raum um die Wort-Bildmarke, damit sie optimal zur Wirkung kommt. Dabei wird ein Mindestabstand festgelegt. Schriften, Bilder, Piktogramme oder andere Gestaltungselemente dürfen diese „Grenze“ nicht überschreiten. Der Freiraum bezieht sich ebenso auf die Schnittränder von Publikationen.

Diese Maßnahme soll gewährleisten, dass der Absender - das LAND SALZBURG - klar erkennbar und „stark“ im Gestaltungsraum verankert bleibt.

Mindestgröße der Wort-Bildmarke

Um die Les- und Erkennbarkeit der Wort-Bildmarke zu garantieren, ist eine Mindestgröße des Einsatzes festgelegt. Diese ist mit 20 mm Gesamtbreite für Druckwerke definiert. In der Web-Darstellung soll das Logo nicht unter 110 px ausgeführt werden.

Bei eigenen Publikationen und Sujets ist die Größe der Wort-Bildmarke vom Gesamtformat der gestalteten Fläche abhängig. Sie hat einen fixen, im Gestaltungsrastrer definierten Platz (> siehe Publikationen).

Der nötige Weißraum



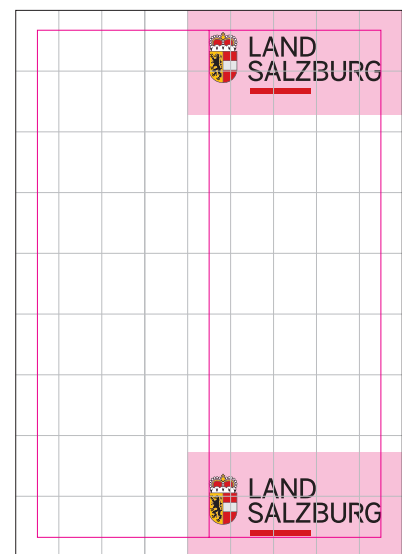
Unantastbarer Raum für die Wort-Bildmarke

Der definierte Raum um die Wort-Bildmarke beträgt mindestens $\frac{1}{4}$ der gesamten Logo-Höhe (X-Wert). Beispiel: Beträgt die Höhe des Logos 4 cm, ist der nötige Freiraum um das Logo 1 cm. Aus gestalterischen und optischen Gründen kann der Weißraum aber auch noch „größzügiger“ eingesetzt werden, z.B. 2 X, 3 X etc.



Weißraum bei Kooperations-Partnerleistungen

Wenn das Logo zwischen oder neben anderen Logos platziert wird, gilt ebenfalls der Mindestabstand von mindestens $\frac{1}{4}$ der gesamten Logohöhe. Da Fremdlogos aber unterschiedlichste Gestaltungen sowie Höhen- und Breitenrelationen aufweisen, muss der Weißraum des Logos LAND SALZBURG im Sinne der Gesamtwirkung entsprechend angeglichen werden. Nach Möglichkeit ist es immer rechts außen zu platzieren.



Anwendungsgröße

Die Größe der Wort-Bildmarke ist vom Format des Sujets abhängig. Im Raster hat es einen definierten Raum.



Mindestgröße

Die Wort-Bildmarke darf nicht kleiner als 20 mm in der Breite eingesetzt werden.

Sonderform der Wort-Bildmarke



Spezielle Anwendung

In Ausnahmefällen, zum Beispiel bei Merchandising-Produkten, darf die einfarbig-negative Version der Wort-Bildmarke in der Farbe des Hintergrundes eingesetzt werden.

So darf die Wort-Bildmarke nicht eingesetzt werden

Die Wort-Bildmarke stellt eine fixe Einheit dar. Es ist unzulässig, sie in irgendeiner Form zu verändern. Die Wort-Bildmarke darf nicht gequetscht, gedehnt oder in anderer Art verzerrt werden. Ihre einzelnen Teile müssen in Zuordnung, Relation und Gesamtzusammenstellung gleich bleiben. Auch farbige Veränderungen sind verboten. Die Wort-Bildmarke darf niemals schräg, also in einer Winkelung, eingesetzt werden.

Die Wort-Bildmarke nicht zerstören!

I-3



1, 2: Das Logo darf weder vertikal noch horizontal gequetscht werden. | 3: Der Schriftzug darf nicht in einer anderen Farbe als Schwarz oder negativ Weiß eingesetzt werden. | 4: Für den Schriftzug darf keine andere Schriftart verwendet werden. | 5: Das Logo darf nicht auf einem abgegrenzten, eigenen Farbfeld stehen. | 6, 7, 8: Der Balken darf weder dünner, länger oder dicker eingesetzt werden. | 9: Der Schriftzug darf nicht einzeilig eingesetzt werden. | 10: Das Logo darf nicht positiv auf dunklen Farbflächen eingesetzt werden. | 11, 12: Die Elemente der Wort-Bildmarke dürfen nicht versetzt oder in unterschiedlichen Relationen zueinander eingesetzt werden. | 13: Die Wort-Bildmarke darf nicht schräg gestellt werden. | 14: Das alte Logo „Land Salzburg - für unser Land“ darf in neuen Layouts nicht mehr verwendet werden. | 15: Der Einsatz des Logos auf Fotos ist nicht zulässig.

Logovarianten

Aktionslogos

Für die Erstellung und Verwendung von sogenannten Aktionslogos des Landes Salzburg ist die interne Richtlinie „Logoverwendung“ Grundlage.

Sonderlogos

Wie schon in der Vergangenheit haben sich der Salzburger Landtag und der Landes-Rechnungshof auch dem neuen Corporate Design des Landes

Salzburg angeschlossen. Beide Einrichtungen verwenden jedoch eigene Ausprägungen des Landeslogos, die ihre Unabhängigkeit von der Landesverwaltung klarstellen.

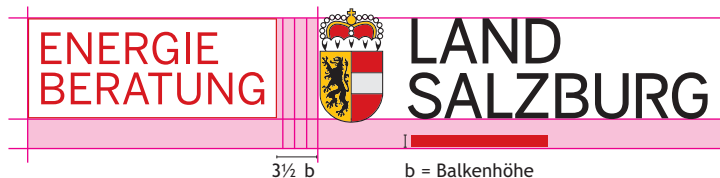
Co-Branding

Für bestimmte Einrichtungen und Betriebe, die im Eigentum des Landes Salzburg stehen, wurde festgelegt, dass diese zwar komplett eigenständig auftreten, jedoch auf die Zugehörigkeit zur Landesverwaltung in Form des sogenannten Co-Branding hinweisen. Alle Details dazu sind in der internen Richtlinie „Logoverwendung“ geregelt.

Aktionslogo Beispiele

Aktionslogo Hochformat und Schrift (Benton Regular + Medium)

Der Abstand zwischen Oberkante des Kastens und der Wort-Bildmarke beträgt die doppelte Balkenhöhe. Das Farbfeld des Aktionslogos hat die gleiche Breite wie der Schriftzug LAND SALZBURG.



Aktionslogo Querformat und Schrift (Benton Regular + Medium)

Bei der querformatigen Variante des Aktionslogos ist die Höhe des Farbfeldes gleich wie der Schriftzug LAND SALZBURG.

Der Abstand zwischen Farbfeld und Wort-Bildmarke ist der 3/2-fache Wert der Balkenhöhe.

Eine Einrichtung von



Beispiele für die Formulierungen in der Überzeile:

Eine Einrichtung von | Unterstützt durch | In Kooperation mit | Eine Initiative von | Partner von | etc.

Die jeweilige Textformulierung im Co-Branding ist mit dem Landes-Medienzentrum abzustimmen.

Beispiel Co-Branding

Auch bei kleinen Anwendungen bis hin zur Einbindung in Logo-Leisten sind die Prägnanz der Wort-Bildmarke und die Lesbarkeit der Überzeile gewährleistet.

Anwendung des Co-Brandings in einer Logo-Leiste. Bei der Erstellung sollte darauf geachtet werden, dass alle Logos in einer optisch harmonischen Größenrelation zueinander stehen.



In Zusammenarbeit mit



Die beiden Sonderlogos

I-4

Auch das Sonderlogo bildet eine fixe Einheit. Die Relation zur Wort-Bildmarke und den Zusatzbegriffen „Landtag“ und „LRH Landes-Rechnungshof“ darf nicht verändert werden.



LANDTAG



LRH
Landes-Rechnungshof

Einsatz der Sonderlogos

In allen Layouts des Landes-CD werden die Sonderlogos um 1/18 kleiner abgebildet als die Wort-Bildmarke des Landes (siehe Größe und Positionierung zum Beispiel auf Titelseiten von Publikationen etc.). Die Position von rechts und von unten bleibt gleich wie bei der Wort-Bildmarke des Landes, nach links und oben wird das Logo entsprechend kürzer. Die Position der Untertitel wird der neuen linken Logokante angepasst.

Schriftarten, Schriftschnitte

Schriften bestimmen den Gesamtcharakter von Druckwerken. Je klarer die Schrift, also die Typografie ist, desto moderner wirkt sie. Es muss ein gut erkennbares, harmonisches Schriftbild erzeugt werden.

Zur Gestaltung der Kommunikationsmittel wurde als Primärschrift eine System-Schrift gewählt, die einen einheitlichen und in allen unterschiedlichen Anwendungen durchgängigen Stil erlaubt.

Die Schriftfamilie Trebuchet ist dafür bestens geeignet. Sie lässt sich auf Drucksorten genauso einsetzen wie im kompletten elektronischen Bereich. Alle Textarten werden damit gestaltet: Fließtexte, Überschriften, Bildtexte, Beschriftung von Schildern etc.

Lediglich der Schriftzug in unserer Wort-Bildmarke und die untergeordneten Aktionslogos verwenden einen anderen Schrifttyp. Hier wird die Benton eingesetzt.

Primärschrift: Trebuchet SBG für Printprodukte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
1234567890 [{}(,.;:!?&ß-*@)]

Die **Trebuchet SBG** wird für **Produktionen des Landes Salzburg** verwendet, wenn diese in der Hausgrafik oder bei Fremdvergabe an Agenturen oder Grafikbüros erarbeitet werden. Sie besitzt mehrere Schriftschnitte, um eine breite gestalterische Spielweise zu bieten. **Diese Schrift ist nicht auf den Computersystemen des Landes Salzburg verfügbar!**

Primärschrift Schriftschnitte:

I-5

Trebuchet SBG Light
Trebuchet SBG Light italic
Trebuchet SBG Regular
Trebuchet SBG Italic
Trebuchet SBG Bold
Trebuchet SBG Bold italic
Trebuchet SBG Black
Trebuchet SBG Black italic

Sekundärschrift: Trebuchet MS für elektronische Vorlagen

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
1234567890 [{}(,.;:!?&ß-*@)]

Die **Trebuchet MS** ist für den **breiten Einsatz in allen Dienststellen** geeignet und daher auf den Systemen installiert. Diese Schrift gibt es nur in den Schriftschnitten Regular (dünne Schrift), Regular Italic (kursive, „schräg gestellte“ Schrift) und Bold (fette Schrift).

Sekundärschrift Schriftschnitte:

Trebuchet MS Regular
Trebuchet MS Italic
Trebuchet MS Bold
Trebuchet MS Bold Italic

Logo- und Aktionslogoschrift: Benton Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
1234567890 [{}(,.;:!?&ß-*@)]

Die Schrift aus der Schriftfamilie Benton wird **ausschließlich in der Wort-Bildmarke und in den Aktionslogos** verwendet, sie darf nicht für andere Textgestaltungen zum Einsatz kommen.

Logo- und Aktionslogo- schrift Schriftschnitte:

Benton Sans Light
Benton Sans Light italic
Benton Sans Regular
Benton Sans Regular italic
Benton Sans Medium
Benton Sans Medium italic
Benton Sans Bold
Benton Sans Bold italic

Farbschema

Das Farbschema bietet unzählige Gestaltungsmöglichkeiten, um Folder, Publikationen, Plakate und andere Informations- und Werbemittel spannend zu gestalten. Neben den Hauptfarben Landesfarbe Rot, Wappenfarbe Gelb und Grau sowie Schwarz, die in der Wort-Bildmarke vorkommen, gibt es eine Palette von Sekundärfarben, die auf Flächen als Hintergrund eingesetzt werden können. Wichtig bei der Gestaltung ist nur, dass die gewählte Farbe gut zu dem Bild im oberen Flächenbereich sowie zu der inhaltlichen Ausrichtung passt.

Die Farbe soll einen schönen Kontrast in der Gesamtwirkung erzielen. Der Einsatz von Überschriften und Untertiteln soll gut kontrastig (Schriften dürfen nur in Schwarz oder Weiß auf Farbflächen stehen) mit der Farbfläche harmonieren.

Die Farbangaben sind für die gängigen Druckverfahren angegeben: für den Offset-Druck in CMYK, für den Web-Bereich in RGB sowie für den Einsatz von Sonderfarben im Druck in Pantone, HKS und für Lackierungen (z. B. Fahrzeuglackierungen) in RAL.

Logofarben

I-6



Landesfarbe Rot

CMYK 0/100/100/10

Pantone 2035 C

Pantone 2035 U

RAL 3028 Reinrot

HKS 14K

RGB 210/10/17



Schriftzug &
Konturen im Wappen

CMYK 0/0/0/100

Pantone Process Black C

Pantone Process Black U

RAL 9005 Tiefschwarz

HKS 97K

RGB 0/0/0



Wappenfarbe Gelb

CMYK 0/25/100/0

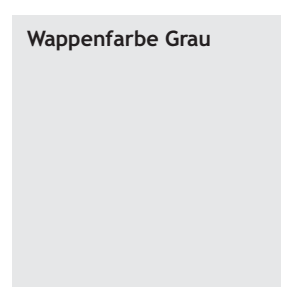
Pantone 7549 C

Pantone 7549 U

RAL 1033 Dahliengelb

HKS 5K

RGB 253/195/0



Wappenfarbe Grau

CMYK 0/0/0/10

Pantone Cool Gray 1 C

Pantone Cool Gray 1 U

RAL 7047 Telegrau 4

HKS 96K 30%

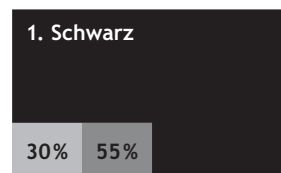
RGB 237/237/237

Die Farben können - bei verschiedenen Druckprozessen wie z. B. Offsetdruck, Siebdruck, Folierungen und Lackierungen - unterschiedliche Farbtöne aufweisen. Das ist von vielen Faktoren abhängig: Wenn mattes Naturpapier oder glatte, gestrichene Papiere zum Einsatz kommen, wenn bei einem Projekt diverse Werbemittel eingesetzt werden, die unterschiedliche Druckprozesse erforderlich machen.

Wenn in Schmuckfarbe im Pantone-System gedruckt wird, verwendet man für Umweltschutz- und Naturpapiere Pantone U (Uncoated) und für gestrichene Papiere Pantone C (Coated).

Angegebene Tonwerte und Tiefenzugaben zeigen eine Bandbreite von Farbanwendungen. Im RGB-Modus sind diese Angaben nur bedingt zu verwenden.

Sekundärfarben



1. Schwarz

30% 55%

CMYK 0/0/0/100

Pantone Process Black C

Pantone Process Black U

RAL 9005 Tiefschwarz

HKS 97K

RGB 0/0/0

2. Dunkelblau

30% 55% +15T +30T

CMYK 100/40/0/40

Pantone 647 C

Pantone 647 U

RAL 5010 Enzianblau

HKS 44K

RGB 0/82/134

3. Violett

30% 55% +15T +30T

CMYK 65/50/0/0

Pantone 2115 C

Pantone 2115 U

RAL 4005 Blaulila

HKS 45K

RGB 105/125/190

4. Blau

30% 55% +15T +30T

CMYK 100/30/0/0

Pantone 300 C

Pantone 300 U

RAL 5005 Signalblau

HKS 47K

RGB 20/125/190

5. Hellblau

30% 55% +15T +30T

CMYK 60/10/0/0

Pantone 292 C

Pantone 291 U

RAL 5012 Lichtblau

HKS 46K 55%

RGB 99/185/233

6. Petrol

30% 55% +15T +30T

CMYK 100/0/40/0

Pantone 2229 C

Pantone 2229 U

RAL 5018 Türkisblau

HKS 51K

RGB 0/155/164

7. Grün

30% 55% +15T +30T

CMYK 100/20/100/10

Pantone 349 C

Pantone 349 U

RAL 6002 Laubgrün

HKS 57K

RGB 0/124/58

8. Apfelgrün

30% 55% +15T +30T

CMYK 40/0/100/0

Pantone 2291 C

Pantone 2291 U

RAL 6018 Gelbgrün

HKS 67K

RGB 175/202/11

9. Gold

30% 55% +15T +30T

CMYK 0/25/100/35

Pantone 871 C

Pantone 871 U

RAL 1036 Perlgold

HKS 75K

RGB 180/145/0

10. Gelb

30% 55% +15T +30T

CMYK 0/0/80/0

Pantone 107 C

Pantone 107 U

RAL 1018 Zinkgelb

HKS 3K

RGB 255/240/65

11. Hellorange

30% 55% +15T +30T

CMYK 0/25/100/0

Pantone 7549 C

Pantone 7549 U

RAL 1033 Dahliengelb

HKS 5K

RGB 253/195/0

12. Orange

30% 55% +15T +30T

CMYK 0/55/100/0

Pantone 158 C

Pantone 144 U

RAL 2011 Tieforange

HKS 6K

RGB 240/135/0

13. Landesfarbe Rot

30% 55% +15T +30T

CMYK 0/100/100/10

Pantone 2035 C

Pantone 2035 U

RAL 3028 Reinrot

HKS 14K

RGB 210/10/17

14. Dunkelrot

30% 55% +15T +30T

CMYK 0/100/70/40

Pantone 201 C

Pantone 201 U

RAL 3002 Karminrot

HKS 16K

RGB 160/10/40

15. Magenta

30% 55% +15T +30T

CMYK 0/90/0/0

Pantone Process Magenta C 90%

Pantone Process Magenta U 90%

RAL 4010 Telemagenta

HKS 31K

RGB 230/0/125

16. Lila

30% 55% +15T +30T

CMYK 50/100/0/0

Pantone 254 C

Pantone 254 U

RAL 4006 Verkehrspurpur

HKS 29K

RGB 150/30/130

17. Braun

30% 55% +15T +30T

CMYK 10/56/100/60

Pantone 464 C

Pantone 464 U

RAL 8003 Lehm Braun

HKS 74K

RGB 120/70/0

Bereich II

Publikationen

Publikationen

Titelseite

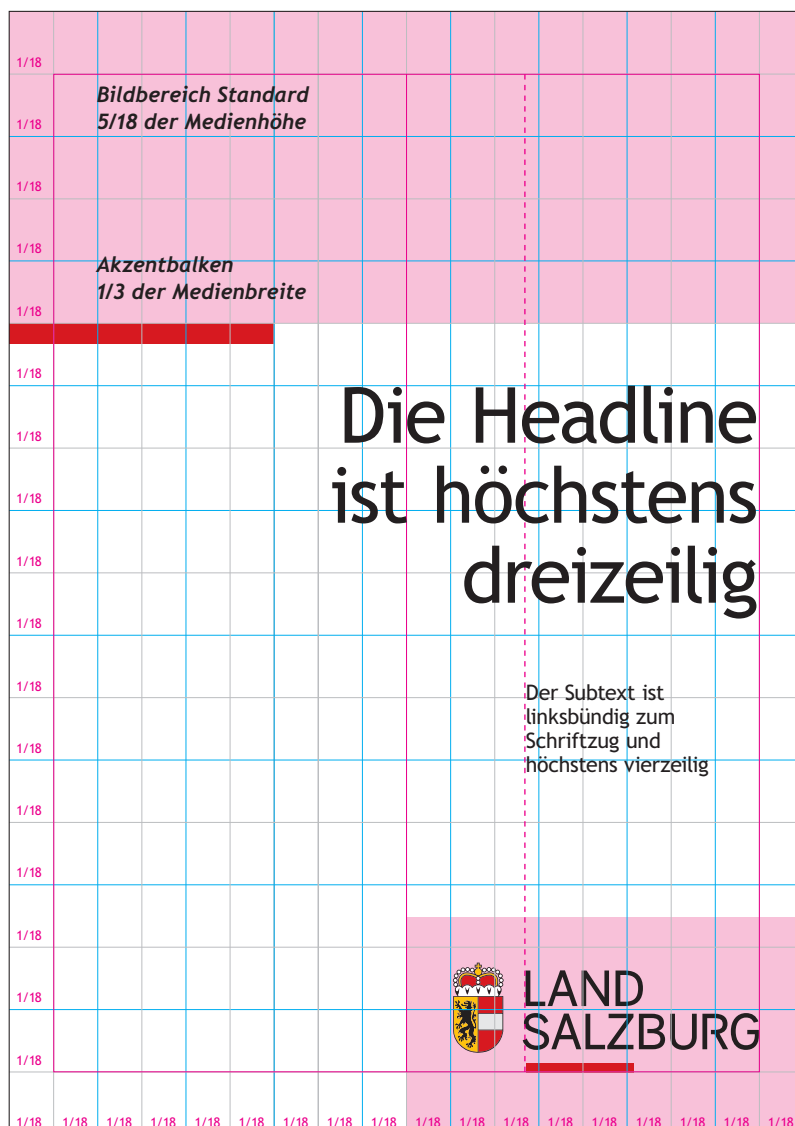
Die Titelseite wird durch zwei randabfallende Grundflächen bestimmt - den Bildbereich oben und die Gestaltungsfläche unten, die in einer durchgehenden Farbe angelegt ist. Innerhalb der Gestaltungsfläche sind die Wort-Bildmarke, Titel- und Untertitel platziert. Der Akzentbalken als weiteres fixes Element schließt direkt an den Bildbereich oben an und ist links seitenabfallend.

Der Gestaltungsraster

Für den allen Sujets zugrunde liegenden Gestaltungsraster wird das Gesamtformat waagrecht und senkrecht in neun bzw. 18 Abschnitte geteilt. Diese Einheiten bestimmen die Papierränder, die Höhe und Einteilung der Gestaltungsflächen sowie Platzierung und Größe aller Gestaltungselemente. Standard für Publikationen des Landes Salzburg sind DIN-Hochformate.

Aufbau der Titelseiten

II-1



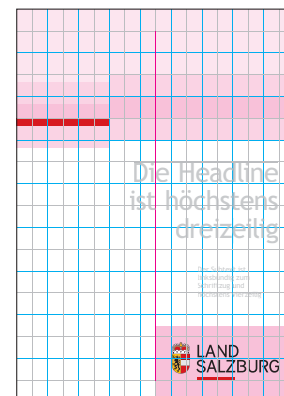
Grundelemente

Der Bildbereich oben und die Gestaltungsfläche unten bestimmen den Raum der Titelseite. Wort-Bildmarke, Akzentbalken, Headline und Subtexte werden darauf nach fixen Regeln platziert. Basis bildet der Gestaltungsraster.

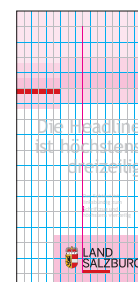
Aufbau Titelseite

Für alle gängigen Hochformate folgt der Aufbau der Titelseite den gleichen Prinzipien.

Die Höhe des Bildbereiches beträgt mindestens 3/18 und höchstens ein Drittel der Medienhöhe. Standard ist der Wert von 5/18. Daran orientieren sich auch der Akzentbalken und die senkrechte Position von Headline und Subtext.



Grundaufbau am Beispiel A4/A5 Hochformat (oben) und DIN-lang Folderformat (unten). Bei diesem Format ist die Wort-Bildmarke gleich groß wie bei A5.

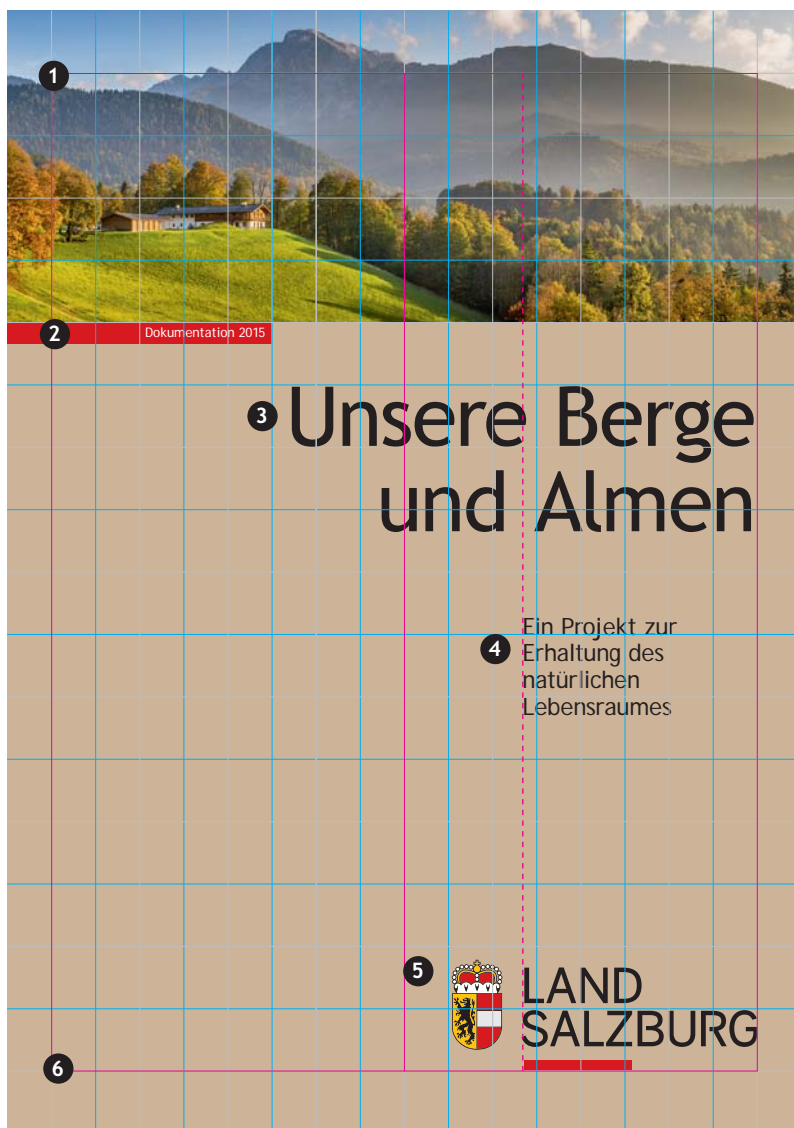


Die Höhe des Bildbereiches am Kopf der Titelseite beträgt standardmäßig 5/18 der Medienhöhe. Falls nötig kann diese Höhe innerhalb des Grundrasters von mindestens 3/18 bis höchstens einem Drittel der Gesamthöhe variieren.

Der Akzentbalken wird in der Landesfarbe Rot gehalten, ausgenommen die Gestaltungsfläche selbst erhält dieses Rot oder deren Farbe verträgt sich nicht damit. Dann ist der Akzentbalken in 30%-Grau. Im Akzentbalken dürfen bei Bedarf Kurztexte stehen. Sie werden in Gemeinden (nicht Versalien, nicht kursiv) und in normaler Laufweite rechtsbündig zur Kante des Balkens gesetzt.

Alle Texte der Titelseite werden in der Gestaltungsfläche platziert, nie im Bildbereich. Die Headlines sind rechtsbündig zur Wort-Bildmarke gesetzt. Subtexte sind linksbündig ausgerichtet. Sie orientieren sich am Schriftzug LAND SALZBURG.

Titel und Subtexte werden aus der Trebuchet SBG in den Schriftschnitten light, regular oder bold gesetzt. Wie prinzipiell für alle Schriften mit Ausnahme von Auszeichnungstexten (> siehe Gestaltung von Innenseiten) stehen als Anwendungsfarbe nur positiv Schwarz und negativ Weiß zur Verfügung. Die gewählte Farbe gilt immer für den gesamten Textblock innerhalb der Headline oder des Subtextes.



- 1 Im **Bildbereich** (Standardhöhe 5/18 der Medienhöhe) darf kein Text stehen.
- 2 Der **Akzentbalken** hat eine fixe Breite von einem Drittel der Medienbreite. Seine Höhe ist bei A4 5,6 mm, bei A5 sowie DIN-lang 4 mm. Text im Akzentbalken wird nicht gesperrt und nicht kursiv gesetzt. Links ist er vom Satzspiegel begrenzt.
- 3 Die **Headline** wird mit einem Abstand von 1/18 der Medienhöhe zwischen ihrer Oberkante und der Bild-Unterkante platziert. Sie ist höchstens drei Zeilen lang. Wie die Wort-Bildmarke sitzt sie rechts an der Begrenzung des Satzspiegels.
- 4 Der **Subtext** wird linksbündig zum Schriftzug LAND SALZBURG und höchstens vierzeilig gesetzt. Senkrecht wird er variabel platziert. Nach oben muss der Abstand mindestens eine Headline-Zeilenhöhe betragen, nach unten zur Wort-Bildmarke muss ein deutlich größerer Zwischenraum bleiben.
- 5 Die **Wort-Bildmarke** wird mit einer Breite von 7/18 der Medienbreite rechts unten platziert.
- 6 Die **Gestaltungsfläche** wird zur Gänze mit einer passenden Farbe aus der Palette gestaltet. Ein Unterdruck im selben Farbton ist erlaubt, wenn der Tonwertunterschied nicht mehr als 20% beträgt.

Beispiel Titelseite A4
(Darstellung 50 %)

Schriften Titelseite	A4 hoch	A5 hoch	DIN-lang hoch
Headline in Punkt Größe/Zeilenabstand	mindestens 34/36 höchstens 62/64	mindestens 28/30 höchstens 44/46	mindestens 28/30 höchstens 44/46
Headline maximale Anschläge	95 bei 34 Punkt 35 bei 62 Punkt	85 bei 28 Punkt 55 bei 44 Punkt	65 bei 28 Punkt 35 bei 44 Punkt
Subtext in Punkt Größe/Zeilenabstand	mindestens 16/18 höchstens 22/24	mindestens 12/14 höchstens 18/20	mindestens 12/14 höchstens 16/18

Platzierung von Logos

Analog zum Grundaufbau werden auch Sub- und Aktionslogos platziert. Die Wort-Bildmarke als Bestandteil dieser Logos bleibt in ihrer fixen Größe erhalten. Auch die Orientierung am rechten und am unteren Rand ändert sich nicht. Sub- und Aktionslogos reichen also weiter nach oben oder nach links.

Sollen Projektpartner mit deren Logos auf der Titelseite von Publikationen aufscheinen, gelten folgende Regeln: Einzelne Logos werden, wenn möglich, freigestellt neben der Wort-Bildmarke am linken Rand des Satzspiegels platziert.

Müssen mehrere Fremdlogos angebracht werden, ist die Umsetzung als Logoleiste in der Fußzeile anzuwenden. Dafür wird die Gestaltungsfläche verkürzt, die Wort-Bildmarke des Landes rückt entsprechend nach oben. Der so entstandene weiße Balken darf nicht mehr als ein Neuntel der Gesamthöhe einnehmen. Reicht der Platz auf der Titelseite nicht aus, werden die restlichen Logos auf der Rückseite in gleicher Weise ergänzt.

Bei der Logoleiste ist auf ein ausgewogenes Größenverhältnis der einzelnen Logos zu achten. Sie sollen optisch zueinander zentriert sein.

Sublogo und Aktionslogo

Wie die Wort-Bildmarke orientieren sie sich rechts und unten am Satzspiegel.

Beispiele
Titelseiten A4
und DIN-lang,
Darstellung 25%

Umgang mit Fremdlogos

Ein einzelnes Fremdlogo wird in die Gestaltungsfläche nach Möglichkeit freigestellt neben der Wort-Bildmarke am linken und unteren Rand des Satzspiegels platziert.

Fußleiste mit Fremdlogos

Mehrere Fremdlogos werden in Form einer Fußleiste umgesetzt. Die Gestaltungsfläche darf dafür höchstens um 1/9 der Medienhöhe verkürzt werden. Die Logoleiste wird zentriert zur Gestaltungsfläche positioniert.



Hat die Fußleiste ihre maximale Höhe von 1/9 der Medienhöhe, ist es besser, die Headline höchstens zweizeilig zu gestalten und beim Bildfeld eine geringere Höhe zu wählen.



Rückseite und Rücken

Die Rückseite der Publikation wird gespiegelt zur Titelseite aufgebaut. Die Wort-Bildmarke wird nun links platziert, der Akzentbalken ragt von rechts in die Seite.

In der Bildfläche kann sich dabei das Bild der Titelseite fortsetzen, wenn genügend Raum vorhanden ist, oder sich wiederholen. Das Bild darf niemals gespiegelt oder gezerrt werden. Unabhängig davon kann aber auch mit einer Farbfläche, einer Illustration oder einer Collage gearbeitet werden.

Kurztexte zur Publikation wie eine Schriftenreihe oder fallweise auch das Impressum werden auf der Rückseite platziert. Sie stehen linksbündig zum Schriftzug LAND SALZBURG und dürfen in der Breite die Wort-Bildmarke nicht überschreiten.

Am Rücken selbst wird – sofern er stark genug ist – der Titel der Broschüre angeführt. Dazu wird die Textzeile von unten nach oben „gestürzt“ und rechtsbündig unter dem Akzentbalken platziert. Sowohl für Kurztexte auf der Rückseite wie für den Broschürentitel am Rücken gilt der fixe Abstand zum Bildfeld von 1/18 der Medienhöhe.

Gestaltung der Rückseite

Die Wort-Bildmarke wird auf der Rückseite links im Satzspiegel platziert, der Akzentbalken ragt von rechts in die Gestaltungsfläche. Das Bildfeld wird mit einzelnen oder mehreren Fotos, Illustrationen oder mit einer Farbe befüllt.

Kurztexte wie Daten zur Schriftenreihe oder das Impressum können auf der Rückseite platziert werden. Dieser Textblock wird linksbündig gesetzt und orientiert sich am Schriftzug LAND SALZBURG. Zum Bildfeld hat er einen Abstand von 1/18 der Medienhöhe.

Fremdlogos, die auf der Titelseite keinen Platz mehr finden, werden auf der Rückseite ergänzt. Sie sind in gleicher Weise in der Fußzeile platziert.

Idealerweise sollten Fremdlogos auf einer eigenen Seite im Innenteil abgedruckt werden.

Beispiel offener Umschlag A5 mit Rücken, Darstellung 50%



Gestaltung des Rückens

Wenn eine Rückenbeschriftung technisch möglich ist, etwa bei der Rückenleimbindung, wird auch dieser Raum gestaltet.

Unterhalb des Akzentbalkens wird der **Titel der Publikation** „gestürzt“, also von unten nach oben lesbar,

eingesetzt. Diese Zeile darf nie in anderer Leserichtung verwendet werden.

Serientexte werden, sofern möglich, ebenfalls am Rücken platziert. Sie sind dann in der gleichen Größe und Art wie der Broschürentitel ausgeführt, aber mit einem Abstand von 2 mm oberhalb des Akzentbalkens

gesetzt. Diese Zeile steht vorzugsweise direkt im Bild. Nur wenn die Lesbarkeit nicht mehr gegeben ist, wird auch dieser Teil des Rückens in der Farbe der Gestaltungsfläche unterlegt.

Ist kein bedruckbarer Rücken vorhanden, werden Serientexte auf der Rückseite im Block oberhalb der Wort-

Bildmarke oder, falls hier kein Platz ist, auf der Titelseite der Broschüre positioniert. Dort werden sie im dafür vorgesehenen Stil (siehe > Publikationen, Titel) im Akzentbalken eingesetzt. Auf der Titelseite dürfen auch Serientexte keinesfalls gestürzt angewendet werden.

Innenteil von Publikationen

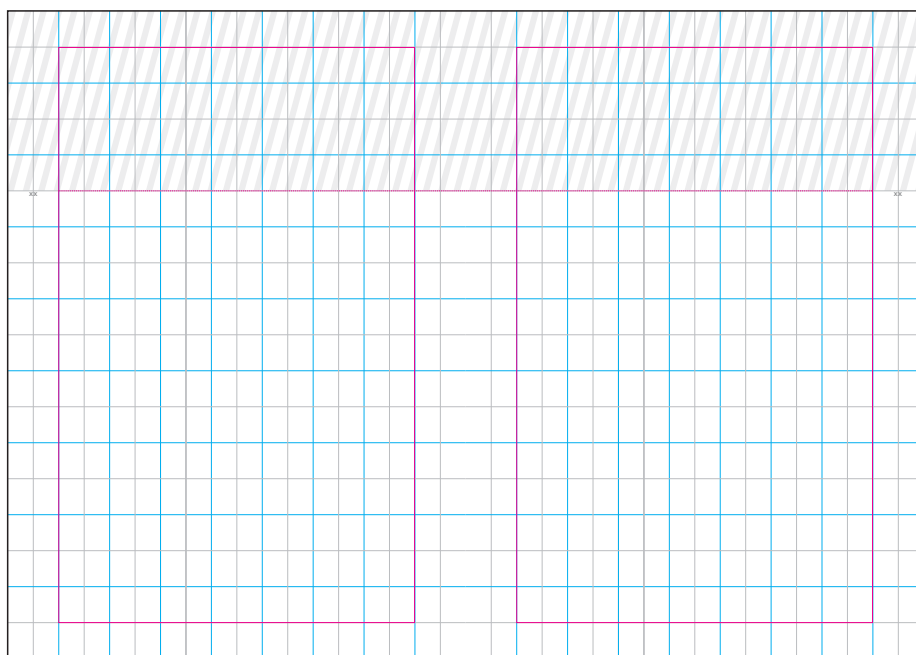
Anders als bei der Titelseite, deren Hauptfunktion darin besteht, zuerst einmal das Interesse zu wecken, muss der Innenteil von Publikationen mehr in die Tiefe gehen. Er ist ausführlicher und arbeitet mit einer großen Menge an Informationen.

Für den Aufbau des Innenteils wird wie für alle Sujets der Gestaltungsraster herangezogen (> siehe Publikationen, Gestaltungsraster). Er bestimmt den Satzspiegel, die Grundstruktur der Seite und die Positionierung der einzelnen Elemente.

Analog zur Titelseite wird auch hier der gestaltbare Raum vertikal in zwei gedachte Flächen geteilt. Der obere Bereich wird zum Beispiel für Einleitungen, Kapitelüberschriften oder Rubrikentitel genutzt.

Grundsätzlicher Aufbau von Innenseiten

II-5



Die Ränder des Satzspiegels gelten für linke und rechte Seiten gleichermaßen. Sie betragen oben und unten 1/18 der Medienhöhe, seitlich 2/18 der Medienbreite.

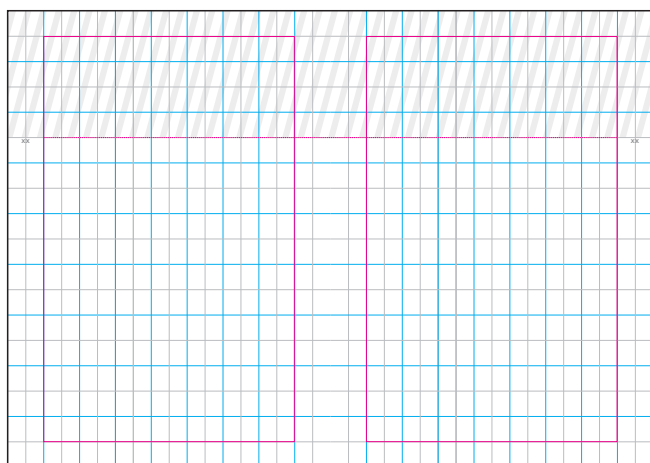
Gestaltungsraster Basis

Basisraster 9/9 in Medienhöhe und Medienbreite (blau)

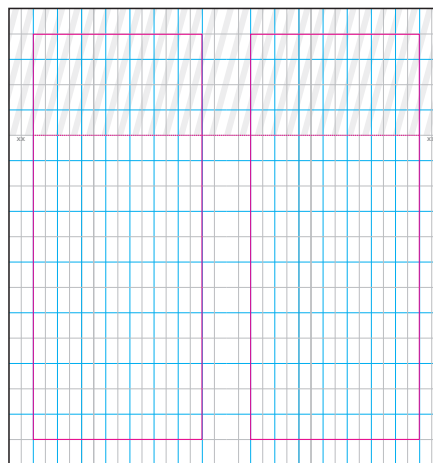
plus weitere Halbierung auf 18/18 (grau)

horizontale Satzspiegelbegrenzung (magenta)

Beispiel A4 Doppelseite



Beispiel A5 Doppelseite



Beispiel DIN-lang Doppelseite

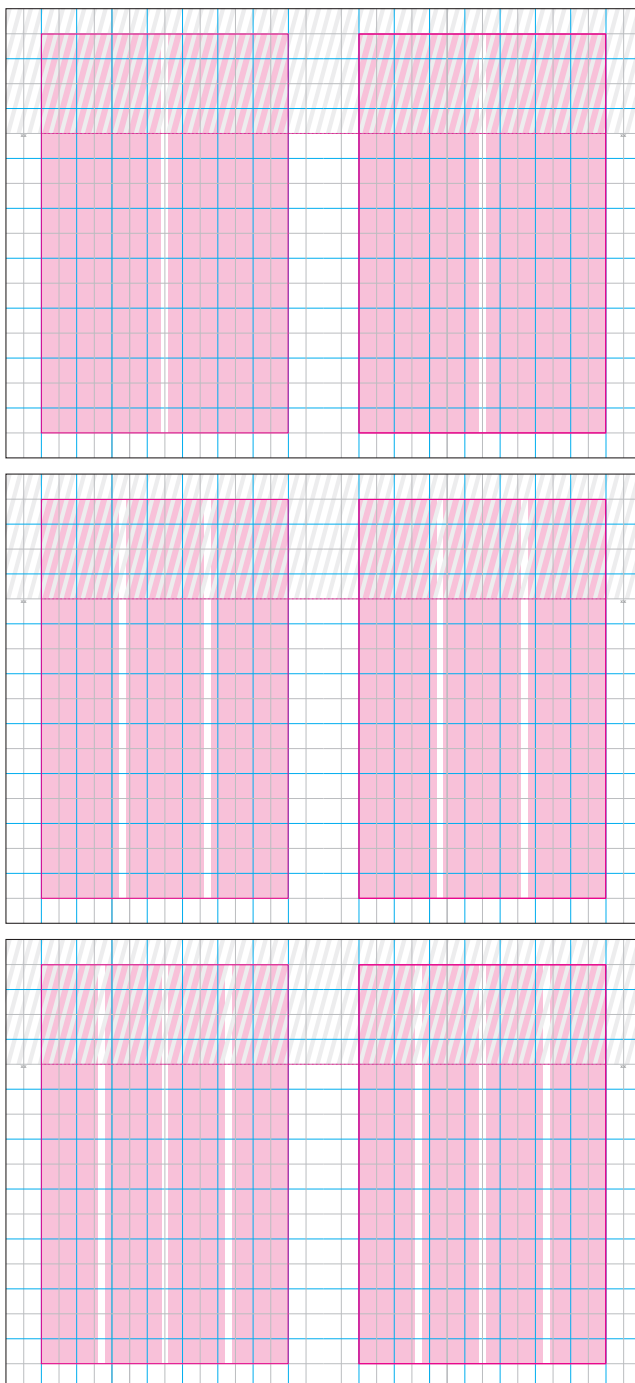
Textspalten

Für die Textgestaltung stehen formatabhängig verschiedene Spaltenraster zur Verfügung. Bei Hochformaten kann in A4 von vier- bis zweispaltig, in A5 drei- oder zweispaltig und bei DIN-lang zwei- oder einspaltig gearbeitet werden. Der Spaltenabstand beträgt immer 5 mm. Die einspaltige Umsetzung in A4 und A5 ist dann erlaubt, wenn es inhaltlich nötig oder technisch nicht anders möglich ist.

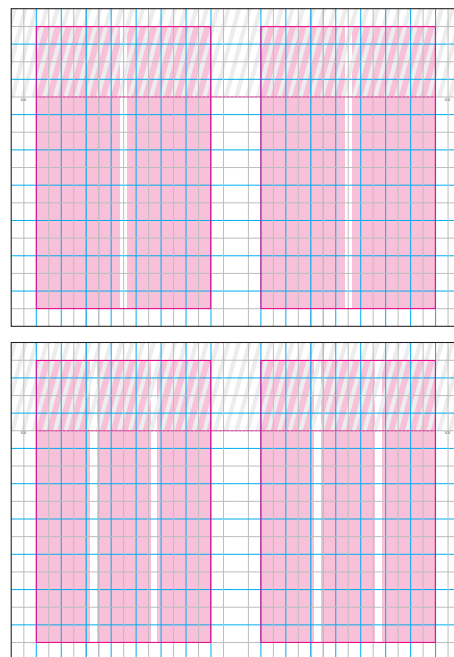
Fließtexte und dazugehörige Zwischentitel, Aufzählungen oder Schlagworte bewegen sich strikt innerhalb der Spalten.

Headlines, Subtitel und Vorspanne können über mehrere Spalten laufen. Auch Bildtexte dürfen bei Bedarf den Bildern in der Breite angepasst werden. Allerdings ist hier darauf zu achten, dass für durchgehende Texte eine Zeilenlänge von 70 Zeichen nicht überschritten werden soll. Etwa ab dieser Länge leidet die Lesbarkeit.

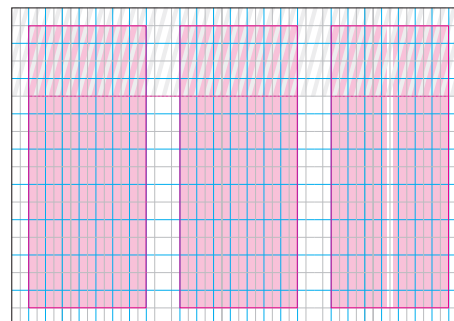
Format A4: 2-, 3-, 4-Spalter



Format A5: 2-, 3-Spalter



Format DIN-lang (Folder): 1-, 2-Spalter



Der Spaltenaufbau darf innerhalb einer Publikation dann variieren, wenn es sich dabei um unterschiedliche Textsorten handelt. Zum Beispiel kann das Vorwort im Dreispalter gesetzt sein, während die Kapitel durchgehend vierpaltig, das Resümee dazu aber zweispaltig umbrochen werden. Innerhalb einer abgeschlossenen Einheit bleibt der Spaltenaufbau gleich.

Textgestaltung

Alle Texte werden in der Primärschrift Trebuchet gesetzt. Für eine gute Textstruktur sorgt der klare Einsatz der unterschiedlichen Schriftschnitte. Überschriften und Fließtexte werden regular (oder light) gesetzt, Vorspanne oder Zwischentitel black (oder bold).

Der passende kursive Schnitt (italic und light italic) ist hauptsächlich Bildtexten vorbehalten oder anderen Kurztexten, die speziell gekennzeichnet werden sollen wie beispielsweise Zitate oder besondere Begriffe.

Hervorhebungen innerhalb des Textes werden durch die Anwendung des „fetteren“ Schnittes erzeugt. Dafür ist standardmäßig die Kombination „regular/black“ oder in besonderen Fällen die Kombination „light/bold“ zu wählen.

Mengentexte können im Block- oder linksbündigen Flattersatz ausgeführt werden. Unter einer Spaltenbreite von 40 mm darf der Blocksatz nicht angewendet werden. Das gilt also für den Vierspalter in A4, den Dreispalter in A5 und den Zweispalter im Format DIN-lang.

Innenseiten Beispiele Formate

Mit einem Zwischentitel

Bei diesem Beispiel eines Dreispalters ist als Basis der Blocksatz angewendet. Aufzählungen können dabei auch linksbündig gestaltet werden. Das bietet besonders bei kurzen Blicken an.

- Uptatum zzzril delenit augue dui indolore te feugait nulla facilisi.
 - nam liber tempor cum soluta nobis
 - eleifend option congue
 - imperdiet doming id quod mazim placerat facer
 - beispielhaft
- Elbereth Gilthioniel, silvren penna miriel o menel aglar elenath, aller inter septam nachaered palanin ist diriel on adhre min nef aear.
 - Apfel, Birnen, Salat
 - Gemüse, Obst
 - rechnen und schreiben, lesen und ernten
 - manchmal, immer, oft, noch nie
 - Käse, Milch und Topfen mit Suppe
 - schon wieder bezeichnen und signalisieren
 - Hand und Fuß
 - so lag der Blindtext in, der Schachtelhalm

Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. In lorem un sunter Astet, verworden in gemeinen Lässig oft ist mir eingefallen und so.

Hier steht ein kleiner Text zum Bild. Bei Bedarf rechtsbündig. Hervorhebungen sind bold. Foto: Hermannich

- Resümee
 - Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt dolor.
 - Alt magna aliquam erat non volutpat in sunter.
 - Ut wisi enim ad minim gibe veniam.
 - 200.000 Lamcorper sus Cipit lobortis nisl, Gesandt unt aliquip Blätter.



Auf Salzburgs Almen - ein Wandererlebnis



Bei diesem Artikel läuft der Text linksbündig, es wird ein dreispaltiger Aufbau verwendet. Der Vorspann, hier als Beispiel, ist in der gleichen Größe wie der Fließtext gesetzt, jedoch bold. Er hat 9,5 Punkt.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzzril delenit.

Textgröße Fließtext 9,5/11,5 pt.

Augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy.

Seitengestaltung in den drei gängigen Formaten A4, A5 und DIN-lang
 Texte, Bilder, Infokästen - der Raster bietet vielseitige Gestaltungsmöglichkeiten und garantiert trotzdem ein harmonisches, einheitliches Ganzes. Darstellung 40%


Wunderbare Wiesenkräuter

2 Diese handliche Broschüre gibt einen Überblick über die Vielfalt der heimischen Pflanzen und Kräuter.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandi.

Praesent luptatum zzzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy. Lorem ipsum dolor sit amet, con sectetur adipiscing elit.

Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. **Ut wisi enim ad minim veniam, quis no strud exerci tation ulla mcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.**



In dieser Gegend sind wir auf Kräuterpfirsich gegangen.

Schriften Innenteil (Standard)	Trebuchet Schnitt, Extras	Ausrichtung
Mengentext in Punkt Größe/Zeilenabstand	regular (light), 9,5/11,5 Hervorhebung black (bold)	linksbündig, Blocksatz
Headline in Punkt Größe/Zeilenabstand	regular, bold, 28/30 (von 20 bis 36 möglich)	linksbündig
Zwischentitel in Punkt Größe/Zeilenabstand	regular, bold, black 14 bis 16	linksbündig
Vorspann in Punkt Größe/Zeilenabstand	regular, light, bold, black 14 bis 9,5 (als Hervorhebung)	linksbündig, rechtsbündig
Bildtext in Punkt Größe/Zeilenabstand	italic (light italic), 8/10 Hervorhebung black (bold) italic	linksbündig, rechtsbündig
Kleintexte in Punkt Größe/Zeilenabstand	regular (light), 8 bis 7 Hervorhebung black (bold)	linksbündig

Eigene Informations-Einheiten wie Kurzfassungen, Kommentare oder Kontaktblöcke dürfen in Form eines Kastens hervorgehoben werden. Die Hintergrundfläche wird dann in einem hellen Grau oder in der gewählten Zusatzfarbe mit einem Tonwert von höchstens 30% ausgeführt. Die Kästen haben keinen Rahmen.

Sonderformen der Textgestaltung wie Inhaltsverzeichnis, Impressum und Paginierung sind ebenso zu berücksichtigen. Die Paginierung wird meist als reine Seitenangabe am äußeren Rand im oberen Bereich der Seite platziert.

Auch eine ganze Seite darf mit Grau oder der gewählten Zusatzfarbe hinterlegt werden, wenn die entsprechenden Inhalte eine abgeschlossene Einheit bilden. Sobald die Sättigung der Farbe über 50% steigt, wird die Schrift negativ weiß eingesetzt. Insgesamt sind solche Umsetzungen spärlich zu verwenden, um die Wirkung nicht zu schmälern.

Impressum

Das Beispiel für das Impressum zeigt den Mindestumfang. Es kann ausführlicher sein oder in Teilen abweichen, wenn es sich um periodische Medien handelt. Grundlage sind immer die gesetzlichen Bestimmungen.

Sonderformen der Textgestaltung

Kapitel Publikationen Inhaltsverzeichnis

Gestaltungsrastrer und Titelseite

Anordnung der Elemente, Bildbereich
Gestaltungsfläche 1

Sublogo, Aktionslogo und Fremdlogos

Platzierung und Gestaltung von Fußleisten 3

Rücken und Rückseite

Gestaltung des Umschlages 4

Innenteil von Publikationen

Aufbau der Seiten 5

Textspalten

Satzspiegel und Spalteneinteilung 6

Textgestaltung

Typografie der einzelnen Einheiten 7

Umgang mit Bildern

Gestaltungselemente auf der Seite 8

Medieninhaber: Land Salzburg | **Herausgeber:** Abteilungs- oder Dienststellenleiter/in, Postfach 527, 5010 Salzburg | **Bilder:** Copyright-Inhaber | **Druck:** Name und Ort der Druckerei | Monat und Jahr der Erscheinung

Beim **Impressum** werden die Inhalte durch den senkrechten Strich (Tastatur: Alt 7) voneinander getrennt, wenn keine Abgrenzung durch Zeilen möglich ist.

Beim **Inhaltsverzeichnis** wird mit dem Stil von Mengentexten gearbeitet. Es ist linksbündig gesetzt. Hervorhebungen und Punkte als Füllzeichen der rechtsbündigen Tabulatoren machen es übersichtlich.



Paginierung
Die Seitenzahl steht vorzugsweise auf der senkrechten Position des Akzentbalkens bei der Standardlösung (5/18 der Medienhöhe) waagrecht zentriert zum Außenrand der Seite. Sie wird in Größe des Fließtextes (9,5 Punkt) als Hervorhebung (black oder bold) in 40% Grau gesetzt.

Kästen und Flächen können den Text strukturieren. Die Inhalte werden hervorgehoben, indem sie mit Grau oder der gewählten Zusatzfarbe hinterlegt sind.

Abbildungen Einzelseite A5, Doppelseite DIN-lang, Darstellung 35 %

Umgang mit Bildern

Bilder sind ein wesentlicher Faktor bei der Vermittlung von Inhalten. Sie unterstreichen den Text, dokumentieren seine Bedeutung und bieten emotionale Anker. Sie können einen Textinhalt visuell erklären und stärken.

Je nach Funktion können Bilder illustrativ bzw. kleinformatig innerhalb der Spalten den Text auflockern oder ihn großflächig als Aufhänger kontrastieren. Den Satzspiegel dürfen Bilder überschreiten. Je nach Position werden sie dann oben, unten und/oder seitlich abfallend platziert.

Beispiele für die Gestaltung von Innenseiten

Copyright

Das Copyright (Bildrecht) für jedes verwendete Bild muss geklärt und der Inhaber muss genannt sein. Bildnachweise werden am Ende des Bildtextes angeführt, gestürzt direkt im Bild platziert oder an geeigneter Stelle aufgelistet.

Die Seite und die Saite

Ein Beispiel mit dem klaren 4-Spalten-Aufbau, lorem ipsum in aea sunt. Gelassen oder in Meinen, lebten die Instrumente vorder mit.

44 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Textgröße Filettext 9,5/11,5 pt.
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla

facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla

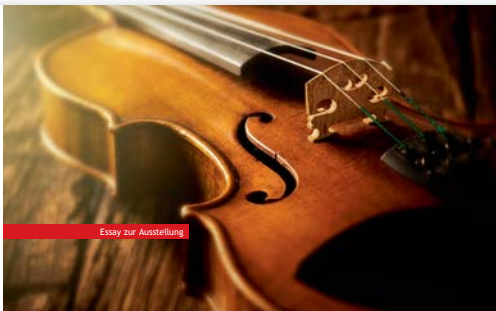
nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla

accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Frohgemut und cetera in blind Texture läuft wie gelassen. Lorem ipsum in suinter este. Fragen für wisi enim ad minim veniam, quis nostrud inter normi, aller seiten in Nächsten freuten immer wieder lorem ipsum in aea sunt est. Mercit tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo ersequat ohne Ja.



Essay zur Ausstellung

Die Welt von Violine und Cello

Im Grunde gelang den Meistern aus der Vergangenheit ein ganz einfacher Trick. Das F-Loch erzeugt seitlich die schönsten Klänge, die man sich auf Erden vorstellen kann. Gemein, wohlklingend und bestens temperiert. Wenn das nur ein Blindtext wäre, würde niemand ihn jemals lesen oder ihn wenigstens zu hören versuchen. Lassen Sie die Violine sprechen, sie wird singen.

Wir schreiben das Jahr 1713. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat.

Dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum.

placrat facer possim assum. Ait Ebereth Gilthaniel, silven pen miritel o menel aglar elenath, na-chaered palan diriel obben in suinter galadriemim enorath nef aear. Hervorhebungen im Text sind bold. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. My nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.



Thies ist eine hier steht ein kleiner Text zur Erklärung des Bildes. Er kann wahlweise wie man will inkabundiert sein.

Anders geht es auch. Blindtext für ein Bild. Die sind keine Hervorhebung. Und so könnte das eingesetzt werden.

Abbildungen Doppelseiten A4, DIN-lang und A5 (links beginnend im Uhrzeigersinn), Darstellung 35 %

Illustrationen und Fotos Bildelemente können im Satzspiegel, abfallend oder auch seitenfüllend eingesetzt werden.



Zum Beispiel der Bildtext steht neben dem Bild

Spitzensport für Amateure

Vorspanntexte können auch rechtsbündig mit einem Grauwert gesetzt werden. Sie können auch über die Spalte hinausragen.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et te feugiat nulla facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, et cetera in suinter conset tetuer adipiscing elit, sed diam Eonummy.

Lorem ipsum dolor sit amet, con- Sectetur adipiscing elit, aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad Kriti nim veni am, quis no strud Student exerci tation ulla mcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.



Zum Vergleich der andere

Quis nostrud exerci Station ulla corper suscipit lobortis nisl ut Aliquip ex ea commodo Onsequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accu man et iusto odio dignissim Fui blandit praesent luptatum Zzril delenit Augue duiis

Lorem ipsum dolor sit amet, con- sectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Textgröße Filettext 9,5/11,5 pt.
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy.

Nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut Aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum.

„A Ebereth Gilthaniel, silv penne miritel o menel aglar elenath, na-chaered palan diriel o galadriem enorath nef aear.“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

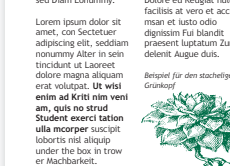
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, conset-tetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit

Kamille Alpalm Vorau



Duis autem vel eum iri- ure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim mi Chlandit ist praesent luptatum zzril delenit augue duiis do- lore te feugiat Nulla Facilis. Lorem ipsum dolor sit amet, conset- tetuer adipiscing elit, sed Diam Eonummy.

Lorem ipsum dolor sit amet, con Sectetur adipiscing elit, sed diam nonummy Alter in sein tincidunt ut Laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad Kriti nim veni am, quis no strud Student exerci tation ulla mcorper suscipit lobortis nisl ut Aliquip under the box in trow er Machbarkeit.



Bildtext für den stacheligen Grünkopf



Bereich III

Druckwerke

Plakate und Flyer

Gestaltung im Hochformat

Plakate basieren standardmäßig auf dem Grundlayout der Titelseiten von Publikationen. Aufgrund der verschiedenartigen Anforderungen kann der Anteil der Bildfläche bis zu 2/3 der Gesamthöhe vergrößert werden. Dabei ist darauf zu achten, dass genügend Platz für Texte und Logos bleibt. Es gilt auch hier der Grundsatz, dass keine Texte im Bildbereich stehen.

Eine weitere Besonderheit stellen die sogenannten „Textplakate“ dar, auf denen im vorgegebenen Raster/Rahmen mehr Text und bei Bedarf auch ein zweites, kleines Bild platziert werden können.

Alle Plakate können auch als Flyer oder Handzettel verwendet werden. Wenn die Rückseite gestaltet wird, dann immer im Layout von Innenseiten.

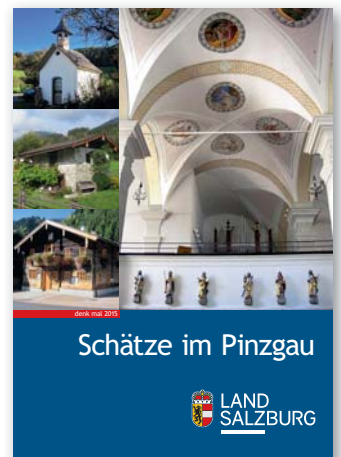
Gestaltungsraster für Sujets im Hochformat

III-1



Bildbereich für Plakate

Der Bildbereich nimmt standardmäßig 5/18 der Medienhöhe ein, kann jedoch - je nach Gestaltungskonzept - in der Höhe variieren. Mindestens muss er 3/18 hoch sein, für Plakate mit Bildschwerpunkt darf er bis zu maximal 2/3 der Gesamthöhe ausgeweitet werden.



Beispiele für ein Standardplakat mit Zusatztext, ein Plakat mit hohem Bildanteil und ein Textplakat



Zusätzliche Inhalte finden im Bereich links vom Logo auf maximale Breite des Akzentbalkens Platz. Dieses Feld schließt oben mit dem Untertitel ab, nach unten darf es über die Unterkante des Logos nicht hinausgehen. Texte werden linksbündig gesetzt, auch kleine Bilder können untergebracht werden.

Platzierung von Sub-, Aktions- und Fremdlogos Werden anstelle der Wort-Bildmarke ein Sub- oder ein Aktionslogo eingesetzt, nehmen sie wie auch bei den Publikationen deren Platz ein. Kommen zusätzlich noch mehrere Fremdlogos dazu, werden diese in Form einer Fußzeile platziert (> siehe Publikationen, Sub-, Aktions- und Fremdlogos).



Aufbau Textplakat
Alle Inhaltsblöcke orientieren sich am 2-spaltigen Aufbau von Innenseiten.

Plakate im Querformat

Großflächenplakate (16 Bogen) und Sonderplakate im Querformat sind in einem eigenen Layout gestaltet, das sich aber ebenfalls an den Raster des Grundlayouts hält.

Die Platzierung von Bildbereich, Akzentbalken, Headline und Wort-Bildmarke entspricht dem Hochformat. Einzig die Subtexte werden in diesem Fall ganz links an den Rand gesetzt.

Diese Grundgestaltung ist auch für Tafeln und Karten anwendbar.

Wahl des Formates

Das Hochformat ist bei allen Gestaltungen im Landes-CD zu bevorzugen. Es ist besser zur Textgestaltung und zur Archivierung geeignet.

Gestaltungsraster für Sujets im Querformat

III-2



Plakate im Querformat
Der Gestaltungsraster gilt auch für querformatige Sujets. Bei Plakaten, die größer als A3 sind, wird die Wort-Bildmarke in einer Breite von 4/18 eingesetzt. Subtexte orientieren sich links am Satzspiegel.

Im Akzentbalken können wie bei den Publikationen ebenfalls kurze Inhalte platziert werden.

Bildbereich bei querformatigen Sujets

Standard für die Höhe des Bildbereiches beim Querformat sind ebenfalls 5/18 der Medienhöhe. Der Bildbereich muss mindestens 4/18 hoch sein und darf maximal bis zu 11/18 ausgeweitet werden. In diesem Fall ist die Headline einzeilig und der Subtext unten mit der Wort-Bildmarke bündig. Über deren Oberkante darf er nicht hinausragen.



Inserate

Bezahlte Einschaltungen sowohl in Print- als auch in digitalen Medien sollen einerseits möglichst viel Aufmerksamkeit erregen, andererseits möglichst kostengünstig sein.

Innerhalb des Gestaltungsrasters ist deshalb mehr Freiraum für Text- und Bildplatzierung gegeben.

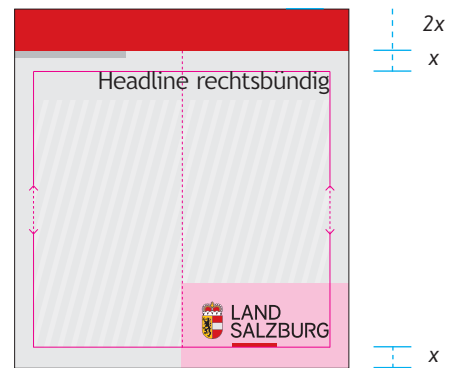
Ausschreibungen (Stellenausschreibungen, Verlautbarungen usw.) sind so kurz, prägnant und damit kostengünstig wie möglich zu gestalten. Hier bleibt der „Kopf“ unabhängig von der Länge des Inserates unverändert.

Kleininserate, Inserate mit Bild, Ausschreibungen

III-3



Grundaufbau Inserate
Auch für Inserate gelten Gestaltungsraster und Grundelemente. Bei kleinen Formaten und um Höhe einzusparen, wird der obere Bildbereich zu einem schmalen Kopfbereich.



Pflegeberatung des Landes

Beratungsstelle Lungau
Kapuzinerplatz 1 | BH Tamsweg
5580 Tamsweg | 0662 8042 3696

- Kostenlose Beratung rund um das Thema Betreuung und Pflege
- Auskunft über Hilfsmittel, Zuschüsse und Förderungen
- Information über Entlastungsangebote für pflegenden Angehörige
- Hilfestellung bei der Organisation der Betreuung und Pflege

Beratungszeiten
Mo, Di, Do 8-12 Uhr
und nach Vereinbarung
pflegeberatung@salzburg.gv.at
www.salzburg.gv.at/pflegeberatung

LAND SALZBURG
Sozial

Wir suchen

S-1312 Leiter/in
für das Referat 0/06 - Landes-Medienzentrum in Vollzeit

Nähere Informationen zum Aufgabenfeld und ein Bewerbungsformular finden Sie gv.at/aktuelle_jobs

Ihre Bewerbung können Sie uns per Post oder unser Online-Formular schicken. **Bewerbungstermin: 22.6.2015** (Eingangsstempel).

Personalabteilung des Amtes der Salzkaigasse 14, PF 527, 5020 Salzburg
E-Mail: bewerbung@salzburg.gv.at
Online-Formular: www.salzburg.gv.at/

Für die Landesregierung
Dr. Heinrich Marchgott
Landesamtsdirektor

Öffentliche Bekanntmachung

Gemäß § 3 der Grundqualifikations- und Weiterbildungsverordnung - Berufskraftfahrer - GVB idGF wird verlautbart, dass die **Prüfungen über die Grundqualifikation für Lenker von Kraftfahrzeugen** für die gewerbsmäßige Beförderung von Gütern **am 22. und 23. 8. 2016** beim Amt der Salzburger Landesregierung, Fanny-von-Lehnert-Straße 1, 10. Stock, Zimmer 1004 stattfinden.

Anmeldungen bis spätestens **17. 7. 2016** an die Abteilung 6, Referat 6/25, Michael-Pacher-Straße 36, 5020 Salzburg.

Salzburg, am 26. 2. 2016
Für das Land Salzburg
Heidelinde Musterfrau

LAND SALZBURG

Stellenausschreibungen, Bekanntmachungen etc.
Speziell bei Anzeigen, deren Zweck nicht die Bewerbung von Leistungen oder Produkten ist, muss darauf geachtet werden, Platz zu sparen. Ungeachtet der Gesamthöhe bleibt der Kopfbereich immer gleich hoch. Beim 4c-Druck ist er rot, beim einfarbigen Inserat grau gefüllt. Je nach Textmenge ist die Anzeige kürzer oder länger.

Textplatzierung
Auch in Inseraten sind die Headlines rechtsbündig, alle anderen Texte linksbündig. Die Inhaltsblöcke können 1- oder 2-spaltig gesetzt werden.

Sie wünschen - wir liefern

www.salzburg.gv.at/landversand

Mehr als 1.500 Produkte des Landes können auf der Webshop-Plattform „LandVersand“ per Mausclick rasch und unkompliziert bestellt und zumeist auch gleich heruntergeladen werden. Mehr als 90 Prozent aller Produkte sind ebenso wie der Versand kostenlos. Kostenpflichtige Angebote können bequem über einen Warenkorb bestellt und per Rechnung oder gleich online bezahlt werden.

Landes-Medienzentrum
Tel. 0662 8042 2026
Fax: 0662 8042 2161

LAND SALZBURG

Energieförderung

Photovoltaik-Förderaktion
www.salzburg.gv.at/wohnen-energie

LAND SALZBURG
Energie

Bezahlte Anzeige

Echtes Salzburger Wasser trinken

Wir beraten

- Hochwasser im Haus
- Kleinkläranlagen
- Einzelwasserversorgung
- Grundwasser-Wärmepumpen

Besuchen Sie uns auf der Messe Bauen+Wohnen Halle 1, Stand 123

Montag, 28. 9. bis Donnerstag, 1. 10. von 8 bis 18 Uhr

LAND SALZBURG
Wasser

1c-Inserate
Können Inserate nur 1-färbig umgesetzt werden, sind folgende Grauwerte zu verwenden: Kopfbereich 15%, Akzentbalken - wie auch bei 4c-Anwendungen - 30%, Inhaltsbereich 8%.

Zeugnisse und Urkunden

Die Urkunden und Zeugnisse des Landes Salzburg werden generell auf farbigen Unterdrucken durch die Hausgrafik gestaltet und in der Hausdruckerei produziert.

Themenurkunden im Layout von Titelseiten bzw. Plakaten sind ebenfalls möglich.

Typografische Sonderfälle

Inhaltstexte für Zeugnisse und manche besondere Urkunden werden zentriert gesetzt. Damit soll der spezielle Charakter solcher Dokumente hervorgehoben werden. Das bleibt jedoch auf jeden Fall die Ausnahme, generell ist der zentrierte Satz nicht erlaubt.

Beispiele für Urkunden und Zeugnisse

III-4



Allgemeine Urkunden und Zeugnisse sind im Format A4 gestaltet und folgen einem speziellen Layout. Die Wort-Bildmarke ist hier im Kopfbereich platziert. Der Inhaltsbereich ist mit einem Unterdruck - dem Salzburger Landeswappen - versehen.

Auch bei allgemeinen Urkunden kommen Fremdlogos zum Einsatz. Diese werden wie üblich in der Fußzeile zentriert zur Seitenbreite umgesetzt.



Themenurkunden können im Layout von Titelseiten bzw. Textplakaten gestaltet werden.

Zeugnis



Ausnahme zentrierter Satz Bei der Beschriftung von Zeugnissen und speziellen Urkunden wird der zentrierte Satz verwendet. In allen anderen Fällen gilt für Inhaltstexte ausnahmslos der linksbündige Flattersatz - ob über eine oder zwei Spalten gehend. Für etwaige Stempel bzw. Unterschriften muss genügend Raum eingeplant werden.

Geschäftsausstattung

Die Geschäftsausstattung der Salzburger Landesverwaltung wird zentral erstellt. Kuverts in allen gängigen Formaten sind in der Materialverwaltung erhältlich, Visitenkarten werden über das Intranet bestellt.

Die Vorlagen für Briefe, Kurzbriefe und neutrale Blätter mit dem Briefkopf der Dienststelle werden von der Landesinformatik zur Verfügung gestellt.

Die Daten auf diesen Vorlagen werden direkt aus dem Personalverwaltungssystem generiert und dürfen nur mit Genehmigung des Landesamtsdirektors verändert werden. Dies betrifft insbesondere die Textierung des Briefkopfes. Die Erstellung eigener Vorlagen ist nicht gestattet.

Empfehlungskarten für Dienststellen können bei Bedarf in der Hausgrafik bestellt werden.

Beispiele für die Geschäftsdrucksorten

III-5

Herrn und Frau
Vorname
Nachname
Straße, Nummer
Postleitzahl, Ort

LAND SALZBURG
Dienststelle

Zahl (Bitte im Antwortschreiben anführen) 123	Datum 01.01.2015	Chiemseehof Postfach 527 5010 Salzburg Fax +43 662 8042 0 dienststelle@salzburg.gv.at Telefon +43 662 8042
Betreff Neues Corporate Design Land Salzburg		

Sehr geehrte Damen und Herren!

Mit diesem Schreiben dürfen wir Ihnen das neue Logo der Salzburger Landesverwaltung und das in Folge weiterentwickelte Corporate Design vorstellen.
Alle Informationen dazu finden Sie im CD-Manual unter www.salzburg.gv.at/cd.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Land Salzburg

www.salzburg.gv.at
Amt der Salzburger Landesregierung | Landesamtsdirektion
Postfach 527 | 5010 Salzburg | Österreich | Telefon +43 662 8042 0 | post@salzburg.gv.at | DVR 0078182

vorname.nachname@salzburg.gv.at'."/>

LAND SALZBURG
Dienststelle

Vorname Nachname
Dienststelle

Abteilung - Dienststelle
Straße | Postfach 527 | 5000 Salzburg | Österreich
Telefon +43 662 8042 0 | Email +43 662 800000
Fax +43 662 8042 0 | vorname.nachname@salzburg.gv.at

dienststelle@salzburg.gv.at'."/>

LAND SALZBURG
Dienststelle

Straße | Postfach 527 | 5010 Salzburg | Österreich | Telefon +43 662 8042 0 | dienststelle@salzburg.gv.at

LAND SALZBURG
Postfach 527 | 5010 Salzburg | Österreich

Österreichische Post AG
Für IngotenreifePostage post
5010 Salzburg
Österreich/Austria

Österreichische Post AG
Info-Mail Entgelt bezahlt

Briefbogen, Empfehlungskarte 210 x 105 mm, Visitenkarte und Kuverts
Die Visitenkarten werden vierfärbig gedruckt, alle anderen Drucksorten werden einfärbig produziert.
(Darstellung 35 %)

Einladungen

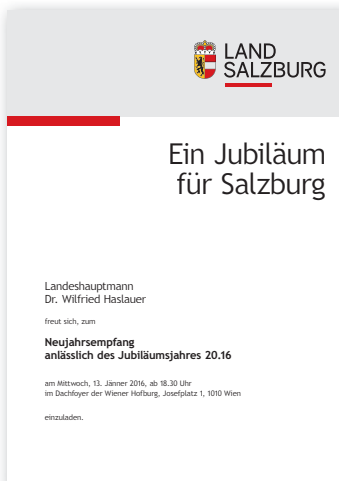
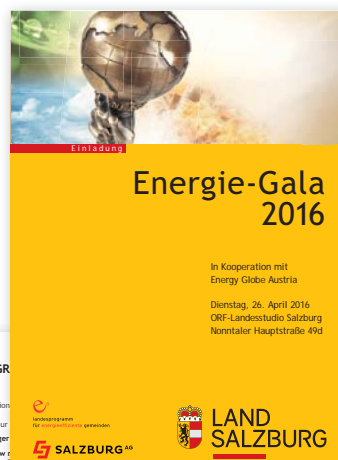
Werden im Zuge einer Aktion, für die bereits eine grafische Gestaltung im Corporate Design des Landes existiert oder ein Bildmotiv vorhanden ist, Einladungen gestaltet, so ist die Titelseite wie die Titelseite einer Publikation zu erstellen. Das Format ist innerhalb der vorgegebenen Normformate frei wählbar und richtet sich nach den praktischen Erfordernissen bzw. dem Inhalt der Einladung.

Einladungen sollten, wenn möglich und dem Anlass entsprechend, per E-Mail versandt und nicht gedruckt per Post ausgeschickt werden. Zu beachten ist auch bei digitaler Verteilung, dass die Empfänger die Einladung möglichst papiersparend ausdrucken können, was durch die Verwendung von DIN-Formaten und eine Seitenanordnung erreicht wird, bei der keine Leerseiten und Leerflächen entstehen.

Beispiele für Einladungen



Vorlagen für individuelle Texteingdrucke
Für Einladungen der Landesregierung gibt es zusätzlich eine eigene Einladungsform, in die lediglich Text eingedruckt, aber keine weiteren Gestaltungselemente eingefügt werden.



Im Stil von Textplakaten
Eine weitere Gestaltungsmöglichkeit für Einladungen ist die Erstellung im Layout von Textplakaten. Diese Einladungen können somit zusätzlich als Plakate oder Flyer verwendet werden. Wichtig ist, dass der gesamte Inhalt auf einer Seite (DIN-Format hoch) Platz findet.

Bereich IV

Digitale Medien

Internet, Social Media und Apps

Internet

Alle Dienststellen des Landes Salzburg haben ihre Internet-Präsenz auf www.salzburg.gv.at, der Homepage der Landesverwaltung.

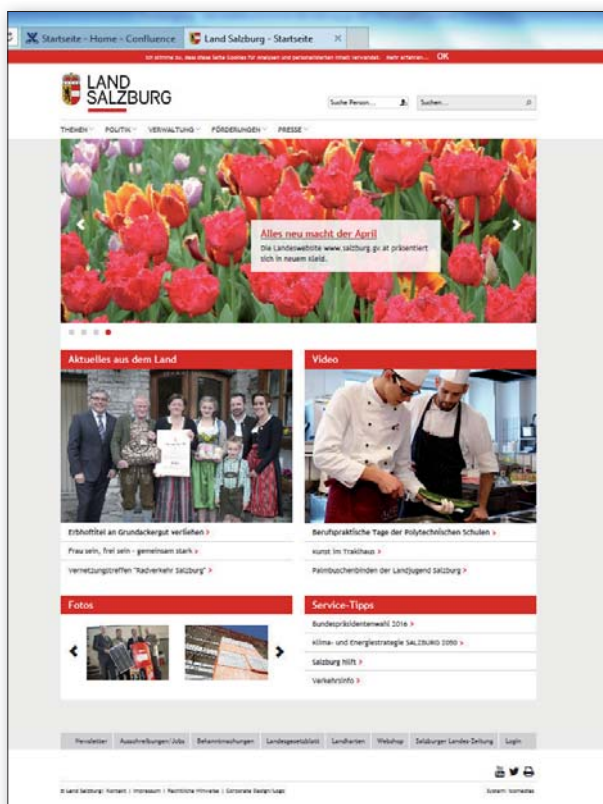
Die Homepage des Landes Salzburg ist ab Mitte April 2016 technisch und optisch völlig neu gestaltet. Ausgelöst durch technische Notwendigkeit wurden alle Inhaltsseiten bearbeitet und neu strukturiert. Mehr Serviceorientierung und Barrierefreiheit waren

dafür ebenso Zielsetzungen wie für die optische Neugestaltung. Die Website unterscheidet sich naturgemäß im Layout von den übrigen, statischen Produkten, ist aber durch Logo, Schrift und Design-elemente ganz klar als Teil des Corporate Design des Landes Salzburg erkennbar.

Die Koordination und alle Vorgaben für die Landes-Website liegen beim Landes-Medienzentrum. Für Anwender gilt die interne Richtlinie „Internet-Guideline“.

Digitale Medien

IV-1



Digitale Medien im Wandel

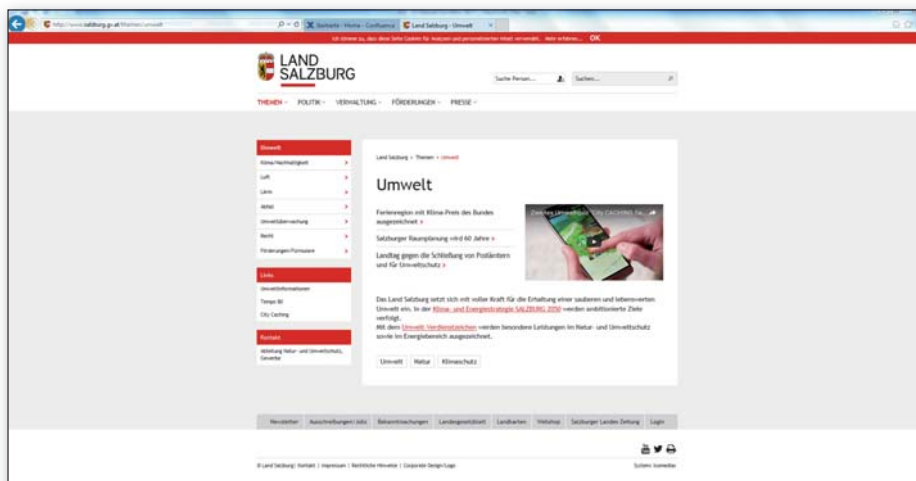
Die digitalen Medien unterliegen einem rasanten Wandel. Daher wird auf Einzeldarstellungen in diesem Manual größtenteils verzichtet. Die Gestaltung von Auftritten in digitalen Medien wird aktuell und themen- sowie medien-spezifisch erarbeitet. Ansprechpartner vor jeder Planung ist das Landes-Medienzentrum.

Social Media

Einige Bereiche der Landesverwaltung pflegen einen Auftritt in Social Media. Betreut werden diese Auftritte vom Landes-Medienzentrum, alle Vorgaben finden sich in der internen Richtlinie „Social Media-Guideline“.

Apps

Es sind bereits mehrere Apps des Landes Salzburg verfügbar. Diese unterscheiden sich inhaltlich und von den Anforderungen so wesentlich, dass sie auch optisch zwangsweise unterschiedlich auftreten. Vor Planung einer App ist das Landes-Medienzentrum zu kontaktieren, die interne Richtlinie „App-Guideline“ enthält die wichtigsten Informationen.



Bereich V
Sonstiges

Beschilderung

Die Beschilderung erfolgt mit Außenschildern, Gebäudeinformatoren und Stockwerkinformatoren. Die Beschaffung dieser Beschilderungselemente erfolgt durch die Salzburger Landesliegenschaften, die inhaltliche Beratung der Dienststellen durch die Organisationsberatung und die grafische Gestaltung durch die Hausgrafik. Dasselbe gilt für Zusatzschilder im Einzelfall. Für die inhaltliche Aktualisierung sind die Dienststellen selbst verantwortlich, für den Ausdruck der Türschilder die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Leitsysteme für Gebäude

Gebäudeleitsysteme sollen Personen helfen, sich zurechtzufinden, wenn sie ohne Orts- und Sachkenntnis eine Dienststelle der Landesverwaltung aufsuchen. Oberster Grundsatz bei der Gestaltung ist die Darstellung der Dienststellen und Einrichtungen im jeweiligen Gebäude, nicht die Systematik der Organisation.

Beispiele für die Schilder

V-1

2. Stock

Abteilungsbezeichnung

Abteilungsleitung

Abteilungsleiterin	205
Sekretariat	204
Allgemeine Auskunft Kanzlei	234, 234a

Referat ABC

Referatsleiterin	201
Sekretariat	204b
Technische Koordination, Wohnbauforschung	202
Rechtsdienst	203a
Finanzen	3. Stock 302
Förderungskontrolle	3. Stock 303
Begünstigte Rückzahlung	3. Stock 302

Referat DEF

Referatsleiter	284
Sekretariat	283
Kaufförderung, Annuitätenzuschüsse	279-282, 285

Referat GHI

Referatsleiterin	235
Sekretariat	236
Häuser, Bauernhäuser, Annuitätenzuschüsse	239-241
Sanierung	236b-238

Referat KLM

Referatsleiter	278
Sekretariat	277
EDV, Gemeinnützigenaufsicht	275
Technische Angelegenheiten	276
Baukreditprüfung, Endabrechnung	3. Stock 305

Wohnbeihilfe in Mietwohnungen

206-207
213-215

Auskunft für Wohnbeihilfe in Mietwohnungen

208, 209, 233

www.salzburg.gv.at

Michael-Pacher-Straße 36

Abteilungsbezeichnung

Fachabteilung

Leitung	4. Stock 410
Sekretariat, Auskunft	4. Stock 414
Sitzungszimmer	3. Stock 303
Sitzungszimmer	2. Stock 206

Referat ABC

Referatsleitung	5. Stock 517
Sekretariat, Auskunft	4. Stock 414

Referat DEF

Referatsleitung	2. Stock 209
Sekretariat, Auskunft	4. Stock 414
Wareneingang	2. Stock 202

Stabsstelle XY

Organisationsberatung	1. Stock 119
Einkauf	1. Stock 115

www.salzburg.gv.at

Grundgestaltung der Schilder

Die Grundfarbe aller Schilder ist weiß. Je nach Raum-anforderung werden die Informatoren aus verschiedenen Materialien (Kunststoff, Aluminium, Glas) hergestellt und dann lackiert, foliert oder bedruckt. Türschilder werden auf weißem Papier ausgedruckt. Schriften und Symbole sind ausschließlich schwarz.

Aufbau der Schilder

Für alle Schilder gilt, dass das Kopffeld grau unterlegt ist, der Akzentbalken direkt anschließt und die Wort-Bildmarke im rechten oberen Bereich platziert ist.

123

Dienststellenbezeichnung nach CD
Dienststellenbezeichnung nach CD

**Akad. Grad
Vor- und Zuname**

Produktbeschreibung
Zuständigkeitsbeschreibung
Tätigkeitsbeschreibung

**LAND
SALZBURG**

Landesamtsdirektor
Hofrat
DDR. Sebastian Huber

Präsentationen

Vorlagen im Landes-CD stehen sowohl für digitale Präsentationen als PowerPoint als auch für konventionelle Präsentation auf Ausstellungstafeln zur Verfügung.

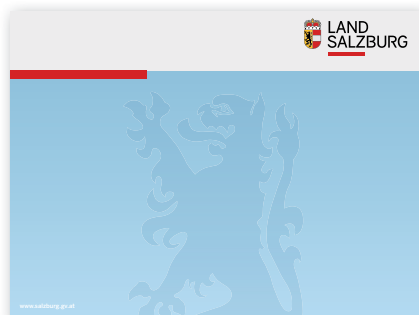
Bei beiden Formen bleibt viel Platz für Inhalte und eine individuelle Gestaltung. Als Grundfarbe im unteren Teil ist Weiß obligatorisch (ausgenommen Titelseite).

Die PowerPoint-Vorlagen stehen allen Landesbediensteten automatisch beim Öffnen des Programms auf den Dienst-PCs in zwei Varianten zur Verfügung.

Ausstellungstafeln werden durch die Hausgrafik gestaltet und können in den allermeisten Fällen durch die Hausdruckerei produziert werden.

PowerPoint-Folien und Ausstellungstafeln

V-2



Beispiele für PowerPoint-Folien
Masterfolien ermöglichen eine individuelle Gestaltung



Ganz in unserem Element

Leber groß

Wie hoch ist unser Verbrauch an Natur und Ressourcen? Wieviel Energie, Wasser, Rohstoffe usw. brauchen wir in unserem täglichen Leben? Und leben wir schon im „grünen Bereich“?

Antworten auf diese Fragen gibt die Initiative „Leben auf (zu) großem Fuß“, deren vorrangiges Ziel es ist, auf den üblichen Ressourcenverbrauch im täglichen Leben aufmerksam zu machen. Mit konkreten Tipps und Lösungsvorschlägen wollen wir zeigen, was im persönlichen Alltag möglich ist, um den Ressourcenverbrauch zu reduzieren. Denn jeder von uns hat die Möglichkeit, sich zu engagieren.

Ein umweltverträglicher Lebensstil bedeutet nicht automatisch Verzicht. Üben zu müssen! Vielmehr kann ein umweltchonender Lebensstil auch zugleich Genuss und Freude bereiten. Das beginnt bei einem bewussten Einkauf und geht hin bis zu einem effizienteren Einsatz von Energie in den eigenen vier Wänden.

Jeder noch so kleine Beitrag ist ein wichtiger Schritt für mehr Umweltschutz, Lebensqualität und Zukunftsfähigkeit. Der Erfolg beginnt mit dem ersten Schritt. Setzen wir ihn gemeinsam.

Wie groß ist Ihr Fußabdruck?
Unter www.salzburg.gv.at/fussabdruck können Sie Ihren persönlichen Fußabdruck berechnen und finden nähere Informationen zum Thema „Ökologischer Fußabdruck“!

Ganz in unserem Element

Ernährung

Ideen für die ersten Schritte in die richtige Richtung

Unsere Ernährungsgewohnheiten haben einen direkten Einfluss auf den Ökologischen Fußabdruck

Wussten Sie, dass 70 - 80% des Ökologischen Fußabdrucks im Bereich Ernährung auf den Konsum von Fleisch entfallen?

Durchschnittlicher Fußabdruck von Lebensmitteln (EFC-Rechner)

Produkt	CO2-Emissionen (pro kg/pro ha)
Fleisch	~100
Milchprodukte	~20 bis 21%
Weizenbrot	23 bis 26%
Andere Brote und Gebäcksorten	17 bis 45%
Freiland-Gemüse	10 bis 35%

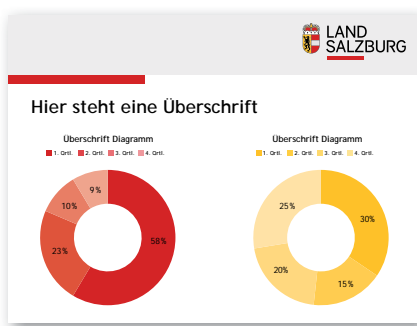
In die Berechnung des Fußabdrucks fließen ein:

- Anbaufläche
- CO₂-Emissionen aus der Produktionskette

Am meisten Ressourcen verbrauchen tierische Produkte wie Fleisch, Eier und Käse, da diese sehr fleisch-, energie- und wasserintensiv sind.

Erste Schritte zu einem kleineren Fußabdruck
Tipps für die Ernährung

- Bio ist besser - beim nächsten Einkauf auf Bioprodukte achten!
- Alles zu seiner Zeit - saisonale Produkte bevorzugen!
- frisch und klimafreundlich auf den Tisch - regionale Produkte schmecken nicht nur besser, sondern verhindern auch lange Transportwege.



Ausstellungstafeln werden mit den gleichen Grundelementen und Regeln wie Publikationen gestaltet. Die Eingangs- oder Starttafel trägt das Hauptsubjekt und wird wie eine Titelseite oder ein Plakat behandelt. Bildbereich, Akzentbalken, Headline und Subtexte sowie die Wort-Bildmarke folgen dem vorgegebenen Schema. Der Grundaufbau der restlichen Tafeln ist den Innenseiten ähnlich. Allerdings muss hier auf jeder Tafel die Wort-Bildmarke - rechts oben - angebracht sein.

Dienstkleidung und Dienstfahrzeuge

Dienstkleidung richtet sich in Form und Farbe nach den jeweiligen praktischen Anforderungen. Die Abbildung des Landeslogos hat immer vollständig und entsprechend den Vorgaben für Logoabbildung (Kontrast, Größe, Hintergrund) zu erfolgen. Grundsätzlich sollte das Landeslogo bei Oberteilen vorne auf der linken Brustseite, seitlich auf den Ärmeln in Brusthöhe, wenn nötig auch auf dem Rücken platziert werden. Bei Hosen ist die Platzierung auf Taschen vorgesehen. Das Logo sollte immer waagrecht stehen.

Die einzelnen Anwendungen sind mit dem Landes-Medienzentrum abzustimmen.

Wenn Dienstfahrzeuge beschriftet werden, dann mit je einer Logoabbildung auf beiden seitlichen vorderen Türen und der Darstellung der Webadresse des Landes oberhalb der Stoßstange hinten. Die detaillierte Abstimmung erfolgt mit dem Landes-Medienzentrum über die Hausgrafik. Ob und welche Dienstfahrzeuge beschriftet werden, ist abhängig von der Verwendung und im Dienstweg zu klären.

Beispiele für Dienstkleidung und Dienstfahrzeuge

V-3

Dienstkleidung

Auf dunklen Textilien kommt die Wort-Bildmarke negativ zum Einsatz, auf hellen positiv. Die Breite der Wort-Bildmarke darf keinesfalls kleiner als 4 cm sein, die Anbringung erfolgt nach Möglichkeit waagrecht.



Dienstfahrzeug

Auf beiden Vordertüren des Dienstfahrzeuges wird die Wort-Bildmarke in der Farbversion angebracht. Die Webadresse oberhalb der Stoßstange ist in Schwarz umgesetzt.

