

Inhalt

Vorwort	2	1
Das Logo	4	
Farbdefinition des Logos	5	
Anwendungsbeispiele und Logovarianten	6	
Anwendungsrichtlinien	7	
Die Schriften im Druck	8	
Die Publikationen		
Titelseiten DIN A4 und DIN A 5	10	
Innenseiten Satzspiegel DIN A 4	14	
Satzspiegel DIN A 5	20	
Folder C 5/6	24	
Word-Vorlagen	28	
Das Plakat		
Hochformat	30	
Das Querformat		
Broschüre oder Plakat	34	
Die Anzeigen	36	
Die Ausstellungstafeln	38	
Die Multimedia-Vorlagen	40	
Die CD-Hüllen	42	
Die DVD-Hüllen	43	
Die Farben	44	
Farbdefinitionen	46	
Die Farbscheibe	48	

Vorwort

2



Die Qualität der Leistungen der Landesverwaltung und deren nachhaltige Verbesserung ist für uns alle eine große Herausforderung, der wir uns als Land Salzburg – unter anderem durch Schaffung einer visuellen Identität mit Selbstbewusstsein stellen. In der öffentlichen Diskussion stehen immer wieder die Kosten für die Verwaltung im Vordergrund, selten aber deren volkswirtschaftlicher Wert. Das Land Salzburg ist in einer Zeit geänderter Aufgaben und Problemstellungen, sowie vor dem Hintergrund eingeschränkter finanzieller und personeller Handlungsspielräume auf dem Weg zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen. Ein weiterer wesentlicher Schritt in der Annäherung an ein modernes Dienstleistungsunternehmen ist – unter anderem – die Verwendung des Markenbegriffes „Land Salzburg“. Mit dem Leitbild zeigt das Land Salzburg seine Identität, die auch

durch das optische Erscheinungsbild nachhaltig erkennbar und für alle Betrachterinnen und Betrachter deutlich bewusst gemacht wird.

Die Leistungen der Salzburger Landesverwaltung werden von den Bürgern grundsätzlich positiv aufgenommen und anerkannt – dennoch wollen wir noch besser werden. Die Geschäftsausstattung ist die Visitenkarte jedes Unternehmens. Dies war einer der ausschlaggebenden Gründe, warum sich das Land Salzburg entschlossen hat, alle seine Geschäftspapiere nach den Richtlinien des Corporate Design zu gestalten. Unser Erscheinungsbild soll die Dienstleistungen des Landes Salzburg klar und deutlich hervorheben, den Kontakt mit der Landesverwaltung übersichtlich gestalten, und die Dialogbereitschaft des Landes mit allen Bürgerinnen und Bürgern transparent und

übersichtlich präsentieren. Diese Leitlinien und tragenden Grundsätze müssen auch optisch ihren Niederschlag finden. Das vor ihnen liegende aktuelle CD-Manual ist der rote Faden für die optische Präsenz unseres Landes Salzburg, das mit Corporate Design einen ausdrucksstarken Partner gewonnen hat. Das Landeswappen, einer der festen Bestandteile der Marke Land Salzburg weist auf die Erfahrung, Kompetenz und Zuverlässigkeit seines Absenders hin. Der Slogan „Für unser Land!“ dient als treffende Beschreibung aller Anstrengungen, die wir für unser Land und seine Menschen erbringen. Zugleich wirken Logo und Slogan auch identitätsstiftend nach innen hin, um das Wir-Gefühl sowie die Motivation aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Landes Salzburg zu stärken.

So wollen wir alle mit Weitsicht, Kompetenz und Elan uns Tag für Tag aufs Neue den Herausforderungen stellen, die uns Corporate Design im vorliegenden Manual als wertvolle Orientierungshilfe und Leitfaden zur Verfügung stellt.

Mag. Gabi Burgstaller
*Landeshauptfrau
von Salzburg*

3

Das Logo

4 Ein wesentlicher Schritt zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen ist die Verwendung des Markenbegriffes „Land Salzburg“.

Der Schriftzug besticht durch seine ästhetische Klarheit, wobei die Kursivstellung des Wortes „Land“ die besondere Note in Richtung Unverwechselbarkeit und Logocharakter wesentlich mitbestimmt. Die eingesetzte Schrift (Walbaum) hat die Anmutung eines außerordentlich gut lesbaren Klassikers mit dem zusätzlichen Vorteil, daß ihre Verwendung im Markenbereich gering verbreitet ist.



Fixe Bestandteile der Marke Land Salzburg sind:

- Das Landeswappen
- Der in elliptische Bögen eingebettete Schriftzug
- Der Slogan *) „Für unser Land!“

Das Landeswappen ist ein wesentlicher Hinweis auf die Erfahrung, Kompetenz und Zuverlässigkeit des Absenders. Die Einbettung des Schriftzuges in elliptische Bögen ist neben der ästhetischen Absicht ein Gestaltungsmittel zur Verstärkung des Logocharakters.

*) Der Slogan „Für unser Land!“ dient als treffende Beschreibung aller unserer Anstrengungen, die wir für unser Land und seine Menschen erbringen. In Sonderfällen (z. B. zu geringe Größe oder bei fremdsprachigen Publikationen) kann er aus technischen Gründen nach Absprache mit dem Landespressebüro entfallen.

Farbdefinition des Logos

Farbdefinition für Offsetdruck und Siebdruck (4c Euroskala)

Farbe	4 c Euroskala	Pantone	HKS (K)
Rot (in Krone)	100 % M, 100 % Y, 20 % T	Pantone 1805	HKS 14 K + 20 % Schwarz
Rot (Fahne, Krallen)	100 % M, 100 % Y	Pantone 1795	HKS 14 K
Hellorange	25 % M, 100 % Y	Pantone 116	HKS 5 K
Grau (in Fahne)	20 % T	Pantone Cool Gray 3	20 % Schwarz
Grün (Bögen)	100 % C, 100 % Y	Pantone 355	HKS 57 K
Schrift und Wappen	100 % T	Pantone Black 6	Schwarz

Farbdefinition für RAL-Farben (Siebdruck)

Farbe	RAL
Rot (Krone, Fahne, Krallen)	RAL 3020 Verkehrsrot
Hellorange	RAL 1003 Signalgelb
Grün (Bögen)	RAL 6032 Signalgrün
Schrift und Wappen	RAL 9005 Tiefschwarz

Farbdefinition für 1färbiges Logo

Farbe	4 c Euroskala	Pantone	HKS (K)
Schrift und Wappen	100 % T	Pantone Black 6	Schwarz

Reproduktionsfähige Logovorlagen sind ausschließlich über das Landespressebüro und die Grafik des Landes Salzburg zu beziehen. Jede Verwendung ist mit diesen Stellen abzusprechen. Die im vorliegenden CD-Manual abgedruckten Abbildungen sind nicht zu verwenden!

Anwendungsbeispiele und Logovarianten

6 Diese Anwendungsbeispiele zeigen sehr deutlich, welche Leistungen vom Land Salzburg erbracht werden.



Dies ist wiederum ein Hinweis, wie sehr eine konsequente Anwendung der Corporate-Design-Richt-



linien dazu beiträgt, die vielfältigen Leistungen des Landes schneller erkennbar herauszustreichen.



Die dargestellten Beispiele von Logovarianten, sogenannte „Themenlogos“ ohne Landeswappen kommen in genau festgelegten Bereichen zum Einsatz.



Hier soll der „nicht amtliche“ Charakter betont werden, der die Kooperation mit Partnern außerhalb der Landesverwaltung prägt.



Die Zuordnung ist jedoch eindeutig erkennbar.



Anwendungsrichtlinien

Anwendung des 4-c-Logos



Auf Farbflächen bis zu 50 % Tonwert wird die Positiv-Version verwendet.



Auf Farbflächen über 50 % Tonwert wird die Negativ-Version verwendet. Schrift wird weiß, Bögen auf 60 % reduzieren.



Auf kontrastarmen Bildern mit einem Tonwert bis zu 50 % wird die Positiv-Version verwendet.



Auf kontrastarmen Bildern mit einem Tonwert über 50 % wird die Negativ-Version verwendet.



Auf kontrastreichen Farbflächen bzw. Bildern steht das Logo positiv in einem weißen Feld. Der Abstand des Logos zum Rand des weißen Feldes sollte mindestens eine Kleinbuchstabenhöhe betragen.

Wichtig: Das Logo darf nicht modifiziert (expanded oder condensed) werden. Logofarben dürfen nicht verändert werden!

Die Mindestgröße des Logos: auf gestrichenem Papier: Positiv-Logo 25 mm Breite, Negativ-Logo 30 mm Breite;

Anwendung des S/W-Logos



Auf Rasterflächen bis zu 40 % Tonwert wird die Positiv-Version verwendet. Auf kontrastarmen Bildern mit einem Tonwert bis zu 50 % wird die Positiv-Version verwendet.



Auf Rasterflächen über 50 % Tonwert wird die Negativ-Version verwendet. Auf kontrastarmen Bildern mit einem Tonwert bis über 50 % wird die Negativ-Version verwendet. (Für Anwendung des Logos auf Bildern siehe 4-c-Logo).

auf Zeitungspapier: Positiv-Logo 30 mm Breite, Negativ-Logo 35 mm Breite.

In Sonderfällen (z. B. bei Logodarstellungen im Internet) kann nach Absprache mit dem Landespressebüro der Slogan „Für unser Land“ entfallen.

Die Schriften im Druck

Syntax und Walbaum

8 Das Land Salzburg verwendet für sein typografisches Erscheinungsbild aus den zwei Schriftfamilien „Syntax“ und „Walbaum“ folgende Schriften:

Syntax
Eine moderne Groteskschrift, aus den Renaissance-Antiquaschriften entwickelt. Sie vereint die Klarheit der Groteskschrift mit den dynamischen Momenten einer Antiquaschrift. Neben der optischen Qualität und Eigenständigkeit überzeugt die universelle Anwendbarkeit.

Walbaum
Die Walbaum gilt als „humanste“ aller klassizistischen Schriften. Ihr Metier ist die „großflächige Anwendung“, wir verwenden sie deshalb als Titelschrift.

Diese zwei Schriften sind sehr eigenständig, ihre Anmutung ist klassisch und modern zugleich. Sie sind gut miteinander kombinierbar.

Für den internen Gebrauch (z. B. Formulare) kann Syntax durch Arial ersetzt werden.

Wichtig:
Diese Schriften dürfen nicht verändert (kondensed oder expanded) werden. Die Schriften stehen in den meisten Satzstudios und Druckereien zur Verfügung. Die Verwendung anderer Schriften ist nicht zulässig (Ausnahme Korrespondenz und Internet: hierfür bestehen eigene Vorgaben).

Syntax Regular
*Fließtext,
Übertitel, Untertitel*

Syntax Italic
*Auszeichnungen,
Übertitel, Untertitel*

Syntax Bold
*Auszeichnungen,
Übertitel, Untertitel*

Syntax Black
Titel

Walbaum Regular
Titel

Walbaum Italic
Titel

Walbaum Bold
Titel

Walbaum Bold Italic
Titel

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Die Publikationen Titelseiten DIN A4 und DIN A5

10 Titelseiten sind die Gesichter der Publikationen. Aussagekräftige Bilder verweisen beim ersten Blick auf den Inhalt.

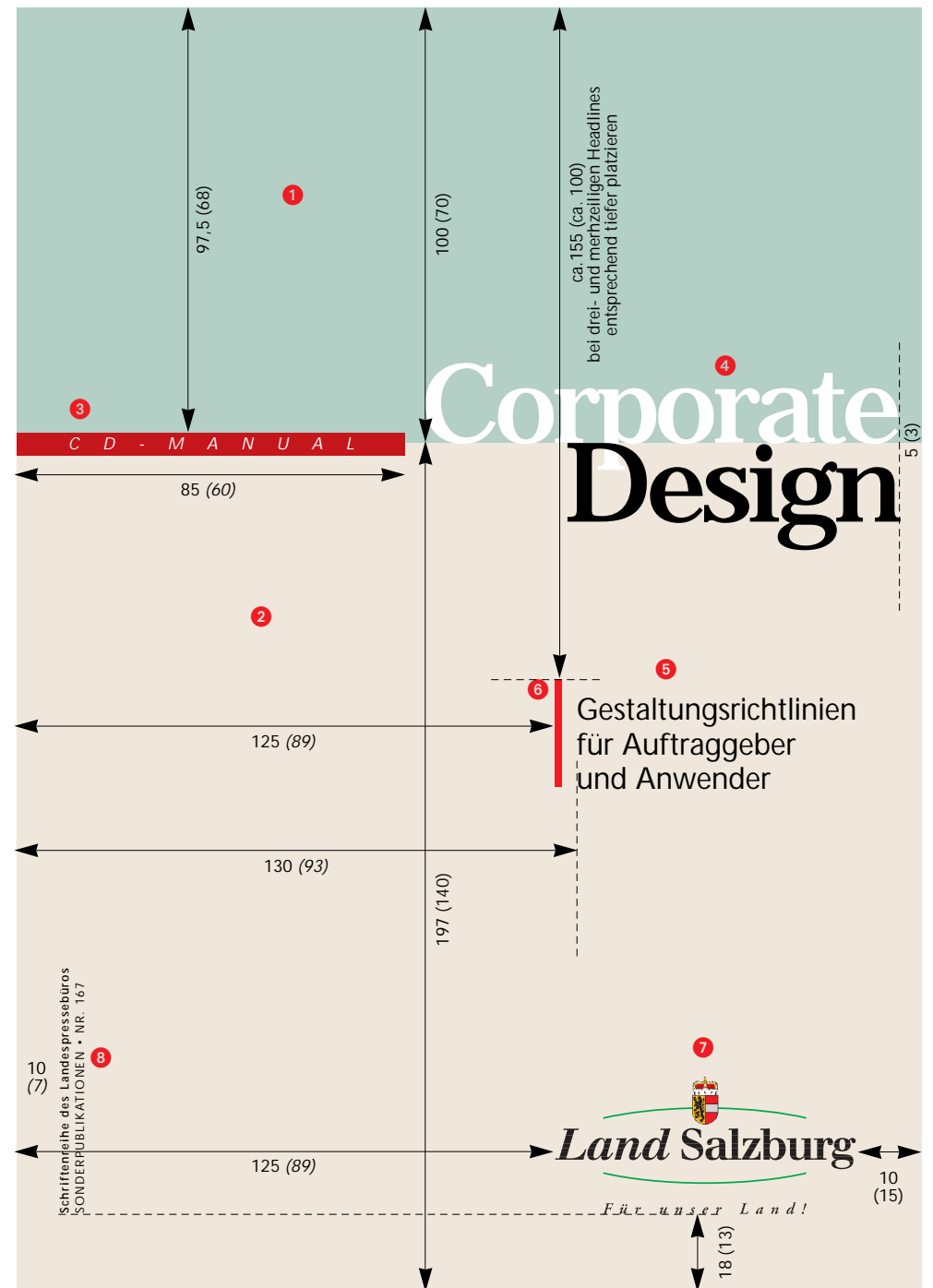
Maßangaben für DIN A 4

- 1 **Bildfläche:**
210 x 100 mm breit
- 2 **Grundfarbe:**
210 x 197 mm
- 3 **Akzentbalken:**
85 x 5 mm, in ihm können auch Übertitel etc. gesetzt werden:
10 bis 11 Punkt Syntax Italic, Versalien, gesperrt
- 4 **Titel:**
Walbaum, Laufweite -5, Durchschuß ungefähr -20 % des Schriftgrades, rechtsbündig oder freier Zeilenfall
- 5 **Untertitel:**
Syntax Regular, linksbündiger Flattersatz, Schriftgrad und Zeilenanzahl nach Bedarf
- 6 **Flashbalken:**
bei 2- und 3zeiligem Untertitel 1,5 x 25 mm, bei vierzeiligem um eine Zeile höher
- 7 **Logo:**
70 mm breit, es steht mittellachsig zum Fließtext
- 8 **Verlags- und Serienhinweis:**
8/10 Punkt Syntax, Versalien, Roman und Bold, Laufw. +20

Maßangaben für DIN A5

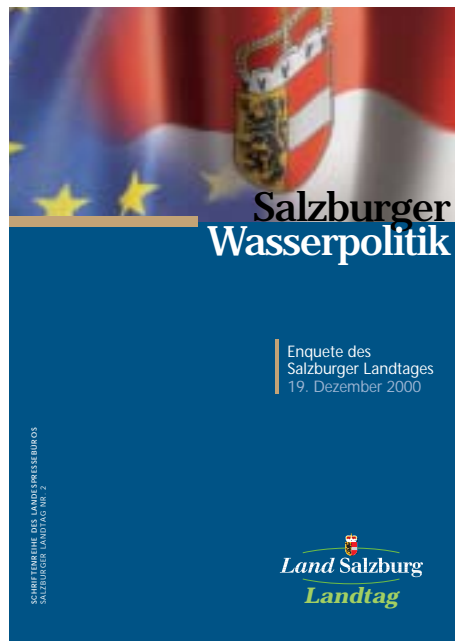
- 1 **Bildfläche:**
148 x 70 mm
- 2 **Grundfarbe:**
148 x 140 mm
- 3 **Akzentbalken:**
66 x 4 mm, in ihm können auch Übertitel etc. gesetzt werden:
8 bis 10 Punkt Syntax Italic, Versalien, gesperrt
- 4 **Titel:**
Walbaum, Laufweite -5, Durchschuß ungefähr -20 % des Schriftgrades, rechtsbündig oder freier Zeilenfall
- 5 **Untertitel und Balken:**
Syntax Regular, linksbündiger Flattersatz, Schriftgrad und Zeilenanzahl nach Bedarf
- 6 **Flashbalken:**
bei 2- und 3zeiligem Untertitel 1,5 x 18 mm, bei vierzeiligem um eine Zeile höher
- 7 **Logo:**
49 mm breit, es steht mittellachsig zum Fließtext
- 8 **Verlags- und Serienhinweis:**
7/9 Punkt Syntax, Versalien, Roman und Bold, Laufw. +20

Auf der Rückseite wird die Gestaltung „gespiegelt“!
(Siehe Rückseite dieses Manuals).



Die Publikationen Titelseiten

12



13



Beispiel für die Platzierung
von (Kooperations-) Partnerlogos

Die Publikationen Innenseiten Satzspiegel DIN A 4

14 Durch die Wahlmöglichkeit zwischen 2-, 3- oder 4spaltigem Satzspiegel und einer variablen Schulterlinie erhält man flexible Gestaltungsmöglichkeiten. So läßt sich leicht eine dem Inhalt entsprechende typografische Form finden.

Auf den nächsten Doppelseiten werden Beispiele der Seitengestaltung gezeigt, wobei nach Einhaltung der CD-Richtlinien von Satzspiegel und Schriftwahl noch mehr Varianten möglich sind.

1 Kopf (Kolummentitel):

Gestaltungsvariante 1:
9 Punkt Syntax Regular Italic, Laufweite 0, Linie 0,4 Punkt;
Gestaltungsvariante 2:
9 Punkt Syntax Regular Italic, gesperrte Versalien Linie 0,4 Punkt; Schrift negativ in Balken (siehe folgende Musterseiten)

2 Rubrikittel:

12 Punkt Syntax Regular Italic, Laufweite mindestens +30, negativ, Balken 54 x 4 mm, 100 % Schwarz

3 Titel:

3spaltig: 24/24 Punkt Syntax Bold oder Black;
2spaltig: 20/20 Punkt Syntax Black, Laufweite 0

4 Über- oder Untertitel:

14/14 Punkt Syntax Regular Italic, Laufweite 0, Mittelachse oder linksbündig

5 Pagina:

16 Punkt Syntax Regular Italic, 5 mm Abstand zum Text oder auf Schulterlinie, Schriftgrad wie Grundschrift 6 mm vom Papierrand

6 Schulterlinie:

für großzügigeren Auftritt (z. B. Imagebroschüren) kann die Schulterlinie für Text oder Bilder tiefer beginnen: 102 mm von oben (diese Position entspricht der Unterkante der Stufenfläche).

Fließtext:

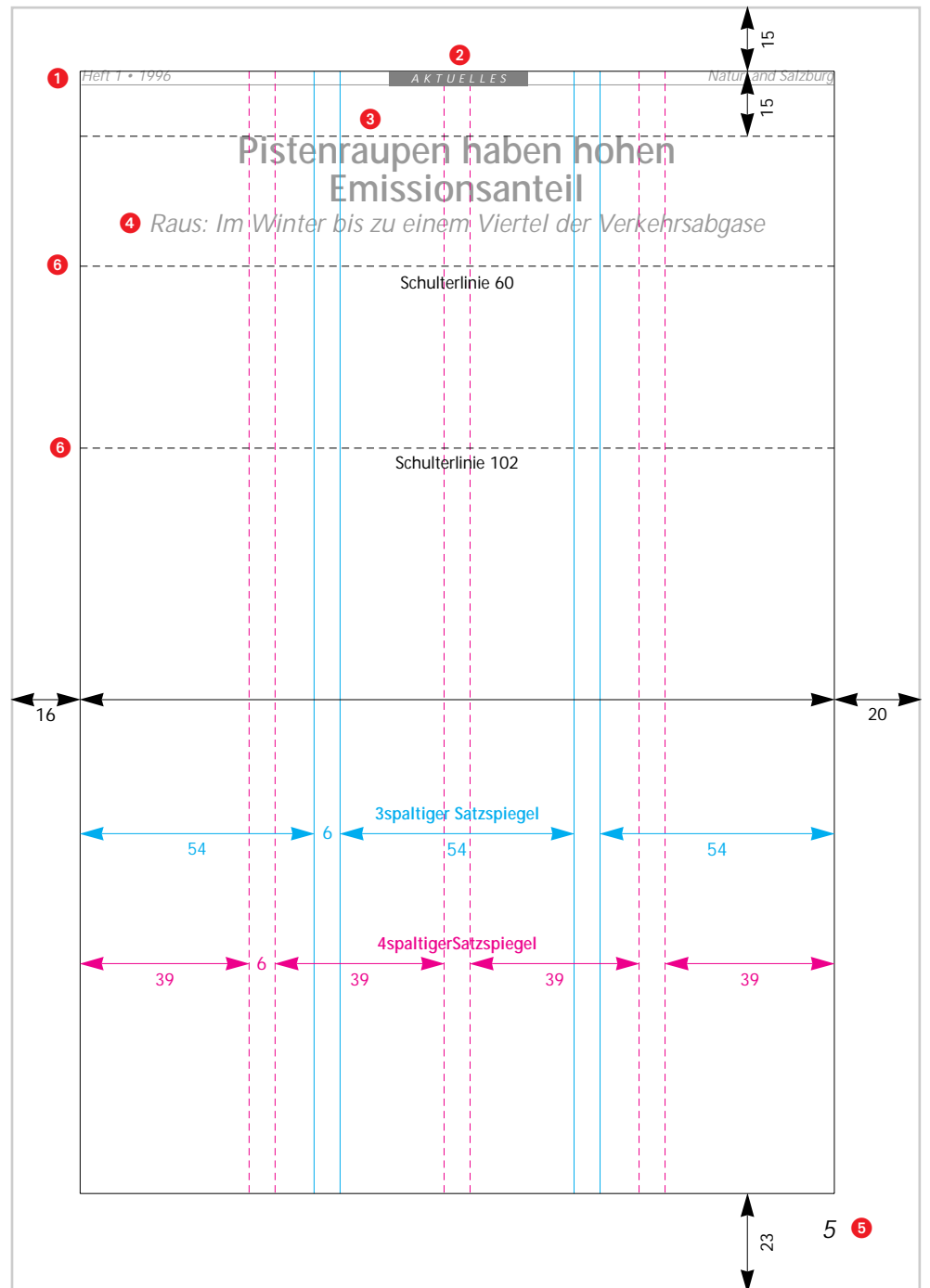
9/12 oder 10/12 Punkt Syntax Regular, auszeichnungen Italic oder Bold, Laufweite 0, Flatter- oder Blocksatz, (bei 4spaltigem Umbruch nur Flattersatz einsetzen)

Gestaltungselemente bzw. Lesehilfen:

Initiale, Spaltenlinien, Einzüge bei Absätzen usw. sind frei.

Titel können auch aus Walbaum gesetzt werden.

Bilder können abfallend (falls drucktechnisch möglich) oder im Satzspiegel stehen. Die Bilder bleiben ohne Rand.



Die Publikationen Satzspiegel DIN A 5

20 Auch bei DIN-A-5-Formaten kann zwischen 1-, 2- oder 3spaltigem Umbruch gewählt werden.

Durch die variable Mehrspaltigkeit und die zwei Schulterlinien ergeben sich ähnlich viele Gestaltungsmöglichkeiten wie beim DIN-A-4-Format.

1 Kopf:

8 Punkt Syntax Regular
Italic, Laufweite 0,
Linie 0,4 Punkt

2 Rubrikittel:

9 Punkt Syntax Regular
Italic, Laufweite mindestens
+30, negativ, Balken 38 x 4
mm, 100 % Schwarz

3 Titel:

3spaltig: 18/18 Punkt
Syntax Bold oder Black;
2spaltig: 14/14 Punkt
Syntax Black, Laufweite 0

4 Über- oder Untertitel:

12/12 Punkt Syntax
Regular Italic, Laufweite 0,
Mittelachse oder linksbündig

5 Pagina:

12 Punkt Syntax Regular
Italic, 5 mm Abstand zum
Text oder auf Schulterlinie,
Schriftgrad wie Grundschrift
6 mm vom Papierrand

6 Schulterlinie:

für großzügigere Auftritte
kann die Schulterlinie für
Text oder Bilder auf 73 mm
vom oberen Papierrand tiefer
gesetzt werden.

Fließtext:

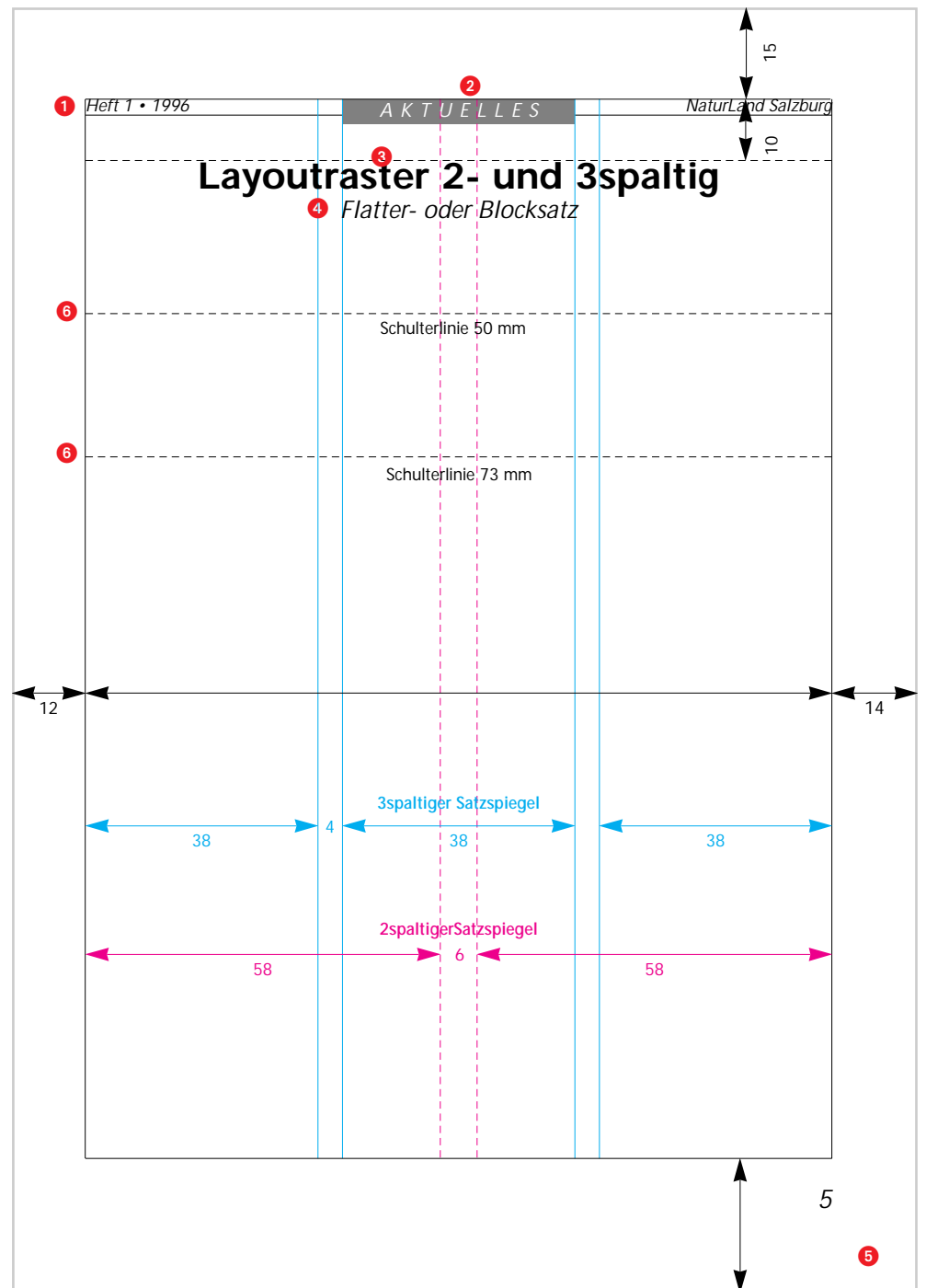
8,5/12 oder 9/11 Punkt
Syntax Regular,
Auszeichnungen Italic oder
Bold, Laufweite 0,
Flutter- oder Blocksatz,

Gestaltungselemente

bzw. Lesehilfen:

Initiale, Spaltenlinien,
Einzüge bei Absätzen usw.
sind frei.

Bilder können abfallend
(falls drucktechnisch
möglich) oder im Satzspiegel
stehen. Die Bilder bleiben
ohne Rand.



Die Publikationen Folder C 5/6

24 Die Titelseite des Folders:
Format 100 x 210 mm

1 Bildfläche:
100 x 70 mm

2 Grundfarbe:
(siehe S. 46)

3 Akzentbalken:
4 mm hoch, Breite variabel,
in ihm können auch Übertitel
etc. gesetzt werden:
8 bis 10 Punkt Syntax Italic,
Versalien, gesperrt

4 Titel:
Walbaum, Laufweite -5,
Durchschuß ungefähr -20 %
des Schriftgrades, rechtsbün-
dig oder freier Zeilenfall

5 6 Fließtext und Balken:
12 Punkt Syntax Regular,
Block- oder linksbündiger
Flattersatz;
Flashbalken 1,5 x 20 mm

7 Logo:
50 mm breit, negativ oder
positiv 4 c

9 Verlags- und Serienhinweis:
6 Punkt Syntax Regular,
Versalien

Satzspiegel der Innenseiten:
Format 100 x 210 mm

1 Bild:
Bilder sind ohne Rahmen,
sie können auch abfallend
gestaltet werden

2 Titel:
Walbaum, Laufweite -5,
Durchschuß ungefähr -20 %
des Schriftgrades

3 Grundtext:
9/12 oder 10/14 Punkt
Syntax Roman, Laufweite 0,
Block- oder Flattersatz

4 Bildtext:
9/12 Punkt Syntax Bold,
Laufweite 0,
linksbündiger Flattersatz

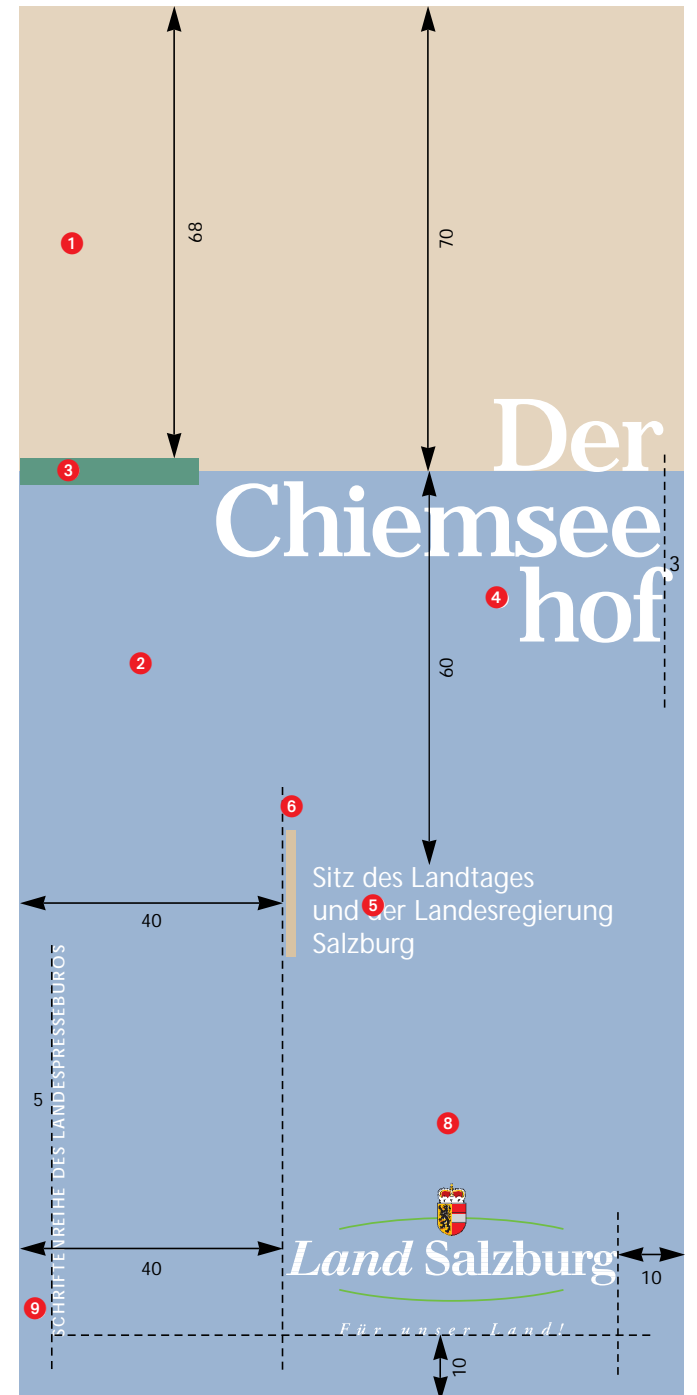
Gestaltungselemente
bzw. Lesehilfen:
Initiale, Einzüge bei
Absätzen usw. sind frei.

Richtlinie für Textlänge:
900 Anschläge pro Seite
(inkl. Überschriften u. ä.)

Bilder können abfallend
(falls drucktechnisch
möglich) oder im Satzspiegel
stehen. Die Bilder bleiben
ohne Rand.



25



Die Publikationen Wordvorlagen für Innenseiten DIN A 4 und DIN A 5

28 Für die schnelle Realisierung einfacher Broschüren in den Formaten DIN A 4 oder DIN A 5 können Sie vorgefertigte Vorlagen (Word-Dokument) verwenden. Darin sind alle erforderlichen Gestaltungselemente wie Schriften, Schriftgröße, Zeilenmenge, Satzspiegel etc. festgelegt. Die Titelseite muß allerdings nach den Vorgaben dieses Manuals gestaltet werden (s. S. 11).

Diese Vorlagen für Innenseiten stehen im Internet des Landes Salzburg zur Verfügung.

Kopfzeile außen

RUBRIKTTITEL

**Layoutraster
1- oder 2spaltig**
Flatter- oder Blocksatz

Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht. Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht. Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht.

1

Satzvorlage für Innenseite A5 1-spaltig.

Satzvorlage für Innenseite A5 2-spaltig.

Kopfzeile außen

RUBRIKTTITEL

**Layoutraster
1- oder 2spaltig**
Flatter- oder Blocksatz

Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht. Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht. Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht.

1

Satzvorlage für Innenseite A4.

Kopfzeile außen

RUBRIKTTITEL

**Pistenraupen haben hohen
Emissionsanteil**
Raus: Im Winter bis zu einem Viertel der Verkehrsabgabe

Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht. Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht. Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit. Zum Entwurf gehören also nicht primär die „saubere“ und exakte Reinzeichnung sondern „nur“ die „richtige“ Form der Darstellung. Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht.

1

29

Das Plakat Hochformat

30 Das Plakat zeigt alle wiederkehrenden Gestaltungselemente: Die Bildfläche im oberen Drittel des Formates **1**, den Akzentbalken **3**, unten zwei Drittel Grundfarbe **2**, die Titelschrift **4**, den Text mit Flashbalken **5** **6** und die Platzierung des Logos **7**

Maßangaben für Projektionsbasis DIN A 4

1 Bildfläche:
(siehe S. 11):
210 x 100 mm breit,

2 Grundfarbe: (siehe S. 11)

3 Akzentbalken:
85 x 5 mm, in ihm können auch Übertitel etc. gesetzt werden:
11 Punkt Syntax Italic, Versalien, gesperrt

4 Titel:
Walbaum, Laufweite -5,
Durchschuß ungefähr -20 %
des Schriftgrades, rechtsbündig
oder freier Zeilenfall

5 6 Fließtext und Balken:
Syntax Regular, Block- oder
linksbündiger Flattersatz;
Flashbalken 1,5 x 25 mm

7 Logo:
80 mm breit





DER FAHRPLAN

Günstig Schifahren. Für uns alle!

Das Super-Kombi-Angebot für Bahnfahrt und Tageskarte. Staufrei, bequem und billiger!

Jeden Samstag nach Zell/See, Saalbach-Hinterglemm-Leogang und ins Gasteinertal um nur € 40,- (bis 15 J. € 28,-).

Jeden Sonntag nach Werfenweng, Mühlbach am Hochkönig und in die Sportwelt Amadé über St. Johann um nur öS 390,- (bis 15 J. € 28,-).



Ortsdurchfahrt Himmelreich erschwert passierbar!

Baustelle von
April bis September.

Umfahrungsmöglichkeit über
die A 1.

Wir bitten um
Ihr Verständnis!
Danke.




Beispiele für Textplakate:

Der Text muß so knapp wie möglich gehalten werden, damit eine gute Lesbarkeit (z. B. beim Vorbeifahren) gegeben ist. Die kurzen Headlines stehen in der roten Bildfläche, Zusatztexte und Illustrationen in der gelben Grundfläche.

Vorsicht! Rollsplitt.

Brems
Dich ein!
Schleuder-
gefahr.




Achtung! Kinder.

Brems
Dich ein!
Hier ist ein
Schulweg.




Das Querformat Broschüre oder Plakat

34 Auch beim Querformat kommen alle Gestaltungselemente zur Anwendung. Vertikale Drittelteilung des Formates: oberes Drittel als Bildfläche **1**, die beiden unteren Drittel für die Grundfarbe **2**, der Akzentbalken **3**, die Titelschrift **4**, Text mit Flashbalken **5** **6** und das Logo **7**.

Bei Bedarf kann das Höhenverhältnis von Bildfläche **1** und Grundfarbe **2** verändert werden, die Headline kann in das Bild rücken (siehe Beispiel rechts unten, ein Vorschlag für ein 16-Bogen-Plakat). Auch die Platzierung der Headline kann verändert werden, um auf das Bildmotiv zu reagieren und so die beste Lesbarkeit erreichen zu können.

Maßangaben für DIN A 4-Basis (Beispiel 1):

1 Bildfläche:
70 x 100 mm breit

2 Grundfarbe:
140 x 297 mm

3 Akzentbalken:
die Breite des Akzentbalkens sollte ein Drittel (99 mm) oder die Hälfte (148 mm) des Formates sein, die Höhe 5 mm. In ihm können auch Übertitel etc. gesetzt werden:
10 bis 11 Punkt Syntax Italic, Versalien, gesperrt

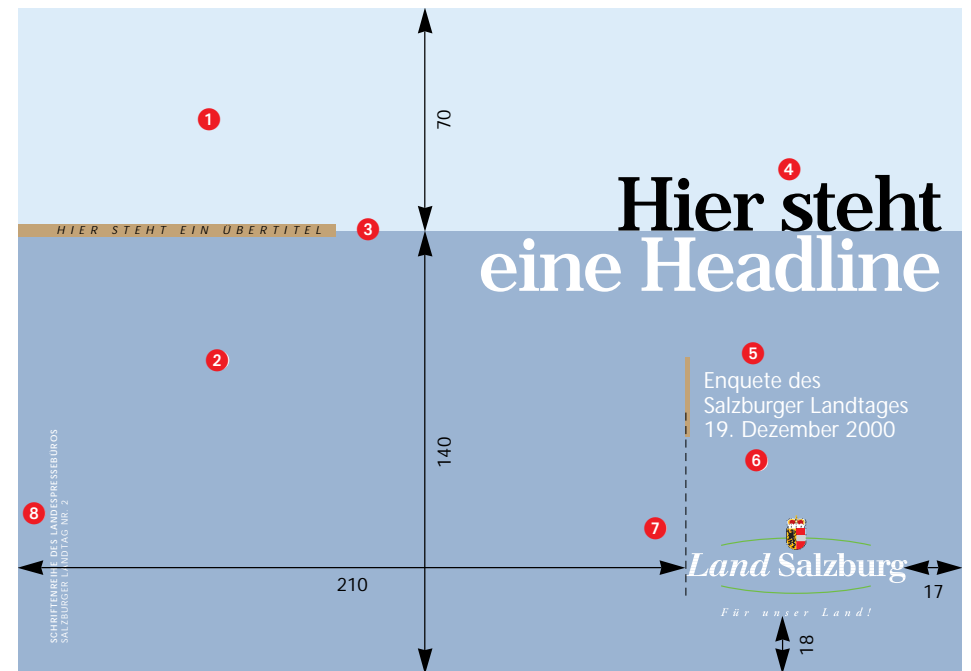
4 Titel:
Walbaum, Laufweite -5, Durchschuß ungefähr -20 % des Schriftgrades, rechtsbündig oder freier Zeilenfall

5 Untertitel:
Syntax Regular, linksbündiger Flattersatz, Schriftgrad und Zeilenanzahl nach Bedarf

6 Flashbalken:
bei 2- und 3zeiligem Untertitel 1,5 x 25 mm, bei vierzeiligem um eine Zeile höher

7 Logo:
70 mm breit

8 Verlags- und Serienhinweis:
7/9 Punkt Syntax, Versalien, Roman und Bold, Laufw. +20



35



Die Anzeigen

36 Inserate kosten Geld! Bei aller Sparsamkeit und angesichts der unterschiedlichen Formate der Medien sollte dennoch darauf geachtet werden, möglichst alle Gestaltungselemente einzubringen.

Allerdings ist es möglich, durch Veränderungen der Bildgröße, und der Grundfläche auf den unterschiedlichen Platzbedarf zu reagieren.

Schriften:

Generell wird für Titel Walbaum und für alle übrigen Texte Syntax verwendet.

Der Schriftgrad des Fließtextes darf nicht kleiner als 7 Punkt Syntax sein.

Man kann sich für eine Negativ- oder Positiv-Version entscheiden.



Hier steht der Titel

HIER STEHT EIN ÜBERTITEL

Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung und erst in zwei-

Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender

Land Salzburg
Für unser Land!



Hier steht eine Headline

Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine

Land Salzburg
Für unser Land!



Platz für die Headline

Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine

Land Salzburg
Für unser Land!

Öffentliche Interessentensuche

Vermietung einer 144m² großen, im 2. Stock gelegenen, wunderschönen, sanierten **Altbauwohnung** im Traklhaus, im Herzen der Stadt Salzburg.

Auskunft: Amt der Salzburger Landesregierung, Abteilung 8, Frau Falkensteiner, Tel. 0662/8042/2728 Dr. Karl Heinz Meditz Tel. 0662/8042/2798

Land Salzburg
Für unser Land!



Hier steht die Headline

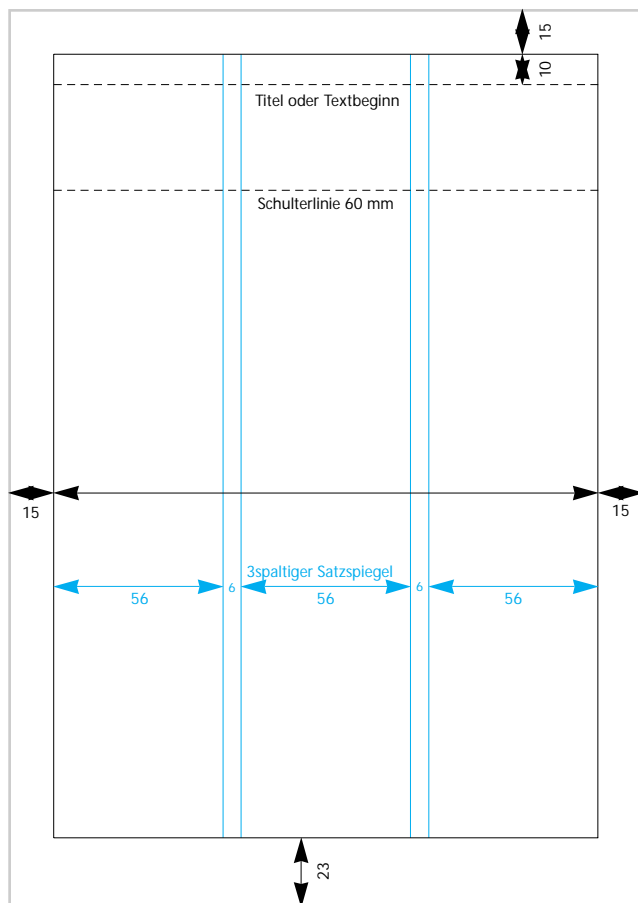
Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung.

Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe geistig zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen.

Land Salzburg
Für unser Land!

Die Ausstellungstafeln

38



Die Gestaltung der Stellwände basiert auf einem 3spaltigen Umbruch. Für das Layout gelten die Gestaltungsmöglichkeiten und Richtlinien der Broschüregestaltung (siehe Seiten 14–17).

39

Naturschutz – Partner der Landwirtschaft

Für unser Land!

Um dem Strukturwandel in der Kulturlandschaft mit seiner immer schwieriger zu gewähltesten Pflege extensiver Grenz-ertragsstandorte begegnen und den laufend steigenden Ansprüchen für die Sicherung von Lebensräumen auf europäischer Ebene Rechnung tragen zu können, gibt es verschiedene Naturschutzförderungen. Bei diesen Prämien unterscheidet man zwischen wiederkehrenden (Erhaltung, Verbesserung) und einmaligen Maßnahmen (ökologisch, ästhetisch). Projektpartner des Landes sind u.a. Land- und Forstwirte, Jäger und Biotopschutzgruppen.

Hecken bieten vielen Tier- und Pflanzenarten Lebensraum (Bild: Naturschutz)

Neuntöler mit Maus (Bild: Dudy)

Naturschutzmaßnahmen im OPUL

Für Erhaltung, Schaffung oder Wiederherstellung von ökologisch wertvollen Lebensräumen und Struktur sowie für die Durchführung besonderer Maßnahmen können OPUL-Naturschutzprämien gewährt werden. Darunter fallen Maßnahmen für Sonderstandorte von besonderem naturschutzfachlichem Interesse, wie z.B. Streu- und Feuchtwiesen, artenreiche Mager- und Trockenstandorte sowie einschnittige extensiv genutzte Wiesen oder Streuobstwiesen.

Spezialprogramm Naturschutzplan Förderprogramm für Schutzgebiete und deren Umfeld

Der Naturschutzplan ist ein gesamtbetriebliches Pflegekonzept für naturschutzrelevante landwirtschaftliche Flächen, mit dem Ziel, Vertragsnaturschutz möglichst flächendeckend und effizient einzusetzen. Durch zielgerichtete Pflege und Erhaltungsmaßnahmen soll der Fortbestand wertvoller Lebensräume und Strukturen gewährleistet werden, wobei sich die Maßnahmen an den Schutzzielen des Projektgebietes und den betrieblichen Möglichkeiten orientieren.

Kontakt

Amt der Salzburger Landesregierung, Abteilung 13/01 – Naturschutzrecht und Förderungswesen
DI Gunter Jaritz
Friedensstraße 11, A-5020 Salzburg
Telefon 0662-8042-5513
Fax: 0662-8042-5505
email: guenter.jaritz@salzburg.gv.at

Auch sollte für jede Ausstellung eine „Titeltafel“ produziert werden. Diese wird nach den Layoutrichtlinien für Publikationen-Titelseiten (S. 16) gestaltet.

Naturschutz Partner der Landwirtschaft

Für unser Land!

Hecken bieten vielen Tier- und Pflanzenarten Lebensraum (Bild: Naturschutz)

Salzburger Landesvertragsnaturschutz

Seit 1992 gibt es in Salzburg für Pflege und Erhaltung naturschutzfachlich wertvoller Flächen und Strukturen ein umfangreiches Vertragsnaturschutzprogramm. Es enthält Maßnahmen, die nicht im OPUL integriert sind, wie z.B. Prämien für die Pflege von Hecken, Tümpeln und Mooren, für die Entbuschung oder für Maßnahmen im Wald (Waldrandpflege, Belassen von Altholzinseln etc.).

Spezialprogramm Naturschutzplan Förderprogramm für Schutzgebiete und deren Umfeld

Der Naturschutzplan ist ein gesamtbetriebliches Pflegekonzept für naturschutzrelevante landwirtschaftliche Flächen, mit dem Ziel, Vertragsnaturschutz möglichst flächendeckend und effizient einzusetzen. Durch zielgerichtete Pflege und Erhaltungsmaßnahmen soll der Fortbestand wertvoller Lebensräume und Strukturen gewährleistet werden, wobei sich die Maßnahmen an den Schutzzielen des Projektgebietes und den betrieblichen Möglichkeiten orientieren.

Kontakt

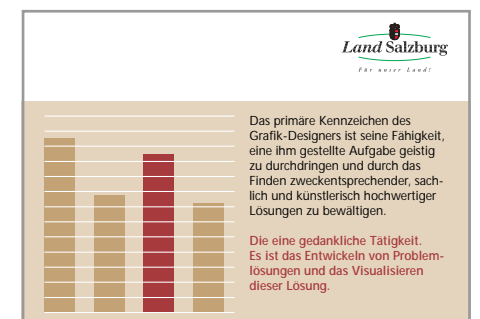
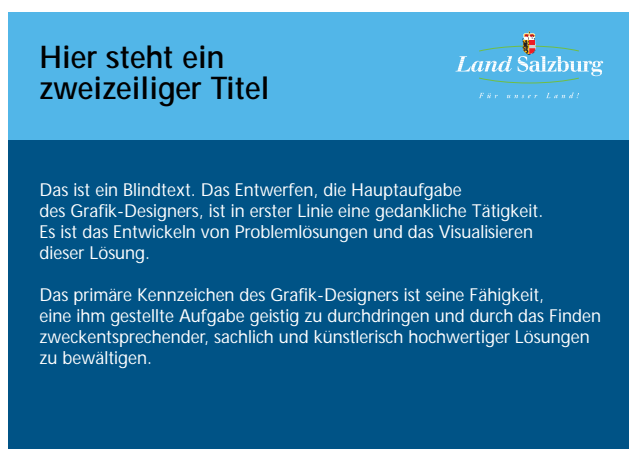
Amt der Salzburger Landesregierung, Abteilung 13/01 – Naturschutzrecht und Förderungswesen
DI Gunter Jaritz
Friedensstraße 11, A-5020 Salzburg
Telefon 0662-8042-5513
Fax: 0662-8042-5505
email: guenter.jaritz@salzburg.gv.at

Die Multimedia-Vorlagen

40 Trotz reduzierter Gestaltungsmöglichkeiten bei Multimedia-Vorlagen sollten möglichst viele Elemente des Corporate Designs angewendet werden.

Es gibt Wahlmöglichkeiten bei Schriftart (Walbaum und Syntax, – ersetzbar durch Arial) und beim Satzspiegel (ein- und zweispaltig). Weiters kann die Seitengestaltung positiv oder negativ angelegt werden.

Die Vorlagen sind im Intranet des Landes Salzburg verfügbar.



Die CD-Hüllen

- 42 Die Compact-Disc-Hülle zeigt alle wiederkehrenden Gestaltungselemente: Die Bildfläche in der oberen Hälfte des Formates, den Akzentbalken, in der unteren Hälfte die Grundfarbe, die Titelschrift (bei Untertiteln entfällt der Flashbalken auf Grund von Platzmangel) und die Platzierung des Logos. Allerdings kann bei einem geeigneten Bildmotiv die Fläche vertikal auch gedrittelt werden. Dann kommt bei Untertiteln der Flashbalken zur Anwendung (vergl. Querformate S. 36).



Label-Aufdruck:
Die Fläche wird horizontal zweigeteilt, oben Bild oder dem Bild der CD-Hülle entsprechende Farbe, unten Grundfarbe der CD. Titel werden mittelachsig gesetzt. Ebenfalls mittelachsig angeordnet wird das Logo. (50 mm breit). Kommen Partnerlogos dazu, darf das Logo nicht kleiner als 35 mm werden

Die DVD-Hüllen

- Das Format der DVD-Hüllen ermöglicht wieder die exakte Gestaltung laut CD-Vorschriften: Vertikale Drittelteilung des Formates: oberes Drittel als Bildfläche, die beiden unteren Drittel für die Grundfarbe, der Akzentbalken, die Titelschrift, Text mit Flashbalken und das Logo (vgl. S. 12).



Die Farben

44 Jeder Betrachter hat seine persönliche Einstellung zu Farben. Über das Gefallen hinaus werden von Farben Stimmungen ausgelöst, die in den meisten Fällen nicht bewußt registriert werden, uns aber immer beeinflussen können. Ästhetische und emotionale Wirkungen von Farben sind genauso existent wie Meßdaten.

Unser Konzept bietet 18 Farben: Wie Sie aus nebenstehenden Kombinationsbeispielen ersehen können, sind sie beliebig mischbar. Lassen Sie sich bei der Auswahl der Farbkombinationen von den folgenden Farbassoziationen inspirieren. Beachten Sie dabei, daß die Grundfarbe der größten Farbfläche den Gesamteindruck dominieren wird.

Farbassoziationen:

Rot: kraftvoll, aktiv, stark, heiß ...

Gelb: strahlend, reizend, wärmend ...

Dunkelrot: Ernst, würdig, anmutig ...

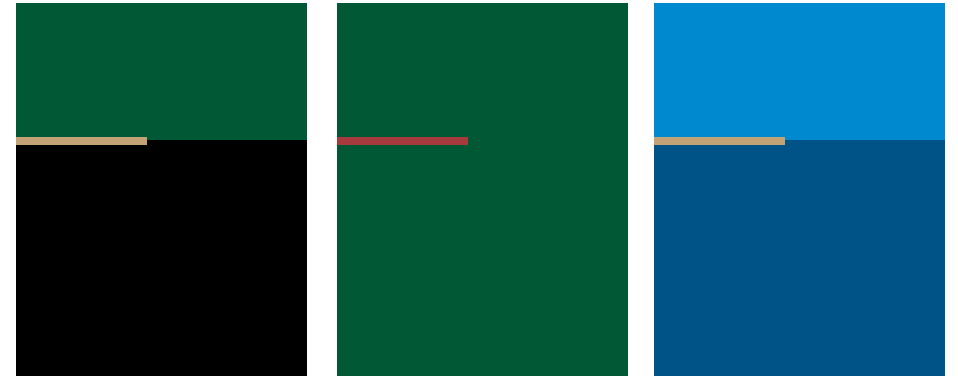
Blau: ruhig, kühl, passiv, sauber, sehnsüchtig ...

Türkis: Klar, geheimnisvoll, hygienisch

Grün: beharrend, ruhig, harmonisch, ausgewogen ...

Violett: sensibel, faszinierend, verführerisch, verwandelnd ...

Braun, Ocker: körperlich, natürlich, genüßlich ...

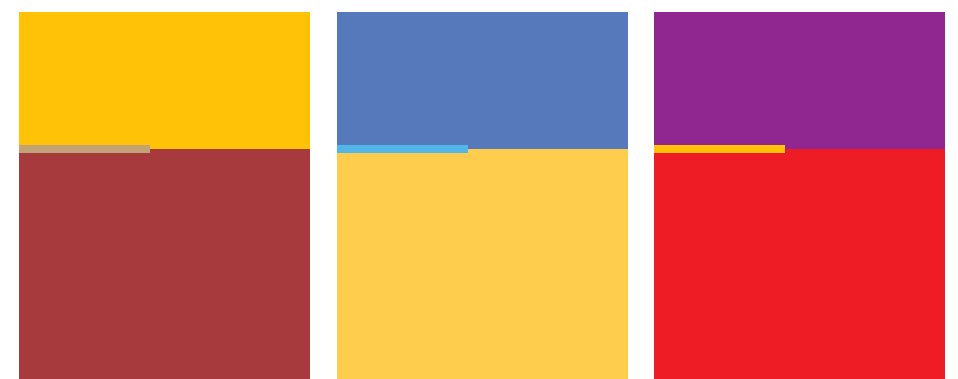


Ruhige Anmutung: erzielbar durch Kombination von kühlen Farben, Ton in Ton (Schwarz, Dunkelgrün, Dunkelblau usw.).

45



Warme Anmutung: erzielbar durch Verwendung von warmen Farben (Braun, Ocker, Gelb, Hellblau usw.).



Aktive Anmutung: erzielbar durch den Einsatz von warmen Grund- und Komplementärfarben (Rot, Gelb, Hellgrün, Gelbrot, Lila, Orange usw.).

Nr.	Farbe	C / M / Y / K	Pantone	HKS	RAL	30 %	55%	100 %	+ 15 T	+ 30 T
1	Schwarz	0/0/0/100	Black 6	Schwarz	9005					
2	Dunkelblau	100/40/0/40	647	44	5007					
3	Violett	70/50/0/0	667	45	4005					
4	Blau	100/30/0/0	300	49	5015					
5	Hellblau	60/10/0/0	291	50	5012					
6	Dunkelgrün	100/0/80/60	3435	56	6005					
7	Grün	100/20/100/10	349	54	6001					
8	Türkis	100/0/40/0	321	51	5018					
9	Hellgrün	40/0/80/0	375	67	6018					
10	Gelbgrün	15/20/100/0	103	68	1012					
11	Gold	25/35/60/0	871	Gold	1096					
12	Hellgelb	0/0/80/0	107	2	1018					
13	Hellorange	0/25/100/0	130	5	1083					
14	Orange	0/45/100/0	151	6	2011					
15	Rot	0/100/100/0	1795	14	3020					
16	Dunkelrot	30/90/80/10	1815	18	3009					
17	Lila	50/100/0/0	253	33	4006					
18	Braun	10/56/100/60	464	74	8001					

46 Hier finden Sie Farbdefinitionen der gebräuchlichsten Farbsysteme. Basis der Farbdefinition sind die CMYK-Farben. In allen anderen Farbsystemen wurde eine möglichst enge Annäherung versucht.

Wie die quadratischen Flächen links oder rechts der Farbbalken zeigen, können Farben auch aufgehellt (gerastert) oder mit Schwarz abgedunkelt werden.

Der Farbscheibe Wählen sie aus!

48 Die zu gestaltende Fläche ist farblich in drei Teile geteilt:

Bildfarbe (oben):

Diese Farbe kann die Grundfarbe ergänzen (Ton in Ton), sie steigern (2 Grundfarben) oder sie erstrahlen lassen (Komplementärfarbe). Bei Bildern ermitteln Sie den farblichen Grundeindruck und suchen die passende Farbe.

Grundfarbe (unten):

Dies ist die größte Fläche, deshalb bestimmt sie den Gesamteindruck.

Die Akzentfarbe:

Sie verbindet oder trennt Grundfarbe und Bildfarbe. Sie setzt den farblichen Akzent.

Und so wird es gemacht:

Sie drehen die Einzelkreise der Farbscheibe so lange, bis Ihre gewünschte Farbkombination im gestanzten Fenster auf der Lasche erscheint. Jede Farbe ist numeriert, unter der Lasche finden Sie die Farbdefinitionen für den 4-Farb-Druck.

