



Leonding

STYLEGUIDE
STADT LEONDING
Stand September 2019

DIE VORTEILE VON GESTALTUNGSRICHTLINIEN

Mit dem neuen Corporate Design präsentiert sich die Stadt Leonding der Öffentlichkeit als moderne und dynamische Stadt.

Neue Gestaltungsmerkmale, wie Logos, Schriften und Maßangaben wurden festgelegt, um den optischen Wiedererkennungswert zu steigern.

Damit die Stadt Leonding als Absender ihrer Werbemittel sofort erkannt wird, ist es wichtig, dass die in diesem Manual angeführten Richtlinien bei der Gestaltung eingehalten werden.

Alle Kommunikationsmaßnahmen der Stadtgemeinde Leonding sind durch Seriosität, Glaubwürdigkeit und klare Botschaften geprägt.

Dies bedeutet für textlich und grafisch kommunizierte Inhalte folgende Vorgaben:

- keine Verletzung religiöser Gefühle
- kein Rassismus oder Sexismus
- keine Herabwürdigung von Mitbewerbern, Institutionen, Parteien, Personen, Sitten und Gebräuchen
- keine Nutzung von Medien, die diesen Richtlinien nicht entsprechen
- Texte und Bilder müssen rasch erfassbar und unmissverständlich sein
- Bilder müssen themenrelevant sein und die Botschaft unterstützen
- Gags, Karikaturen und vordergründiger Humor sind zu vermeiden
- Kontaktdaten (Internet-Adresse, Anschrift, Telefon, E-Mail) angeben

INHALTS- VERZEICHNIS

1. LOGO
2. FARBDEFINITION
3. TYPOGRAFIE
4. ICONS
5. BILDERWELT
6. GESCHÄFTSDRUCKSORTEN
7. DRUCKSORTEN
8. POWERPOINT

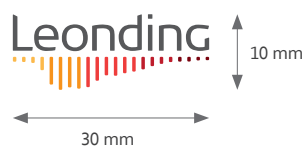
1. LOGO

1.1 MINDESTGRÖSSEN



MINDESTGRÖSSE LOGO MIT CLAIM

Um eine gute Lesbarkeit zu garantieren, sollte das Logo eine Höhe von mindestens 15 mm haben.



MINDESTGRÖSSE LOGO OHNE CLAIM

Um eine gute Lesbarkeit zu garantieren, sollte das Logo eine Höhe von mindestens 10 mm haben.

PRINT



MINDESTGRÖSSE LOGO MIT CLAIM

Um eine gute Lesbarkeit zu garantieren, sollte das Logo eine Höhe von mindestens 100 px haben.



MINDESTGRÖSSE LOGO OHNE CLAIM

Um eine gute Lesbarkeit zu garantieren, sollte das Logo eine Höhe von mindestens 67 px haben.

WEB

1. LOGO

1.2 SCHUTZRAUM & ABSTÄNDE



SCHUTZRAUM

Um sich von anderen Designelementen bzw. Logos abgrenzen zu können, benötigt das Logo einen Schutzraum von „2x“ links, rechts und unten. Oben beträgt er „2,5x“, um optisch einen gleichmäßigen Schutzraum zu erzeugen.



1.3 LOGOVARIATIONEN

MIT CLAIM



OHNE CLAIM



POSITIVE FARBVARIANTE

Wenn möglich wird immer die Farbvariante mit grauem Leonding Schriftzug und farbigen Soundwaves verwendet.



GRAUE VARIANTE

80%-iger Schwarzton auf weißem Hintergrund – speziell für Graustufendruck.



NEGATIVE FARBVARIANTE AUF GRAUEM HINTERGRUND

Weißer Schriftzug und farbige Soundwaves auf 80%-igem Schwarzton.

1.3 LOGOVARIATIONEN

MIT CLAIM



OHNE CLAIM



NEGATIV WEISS AUF GRAUEM HINTERGRUND

Gesamtes Logo in weiß auf 80%-igem Schwarzton.



NEGATIV WEISS AUF BILD

Die weiße Logovariante kann auch in Kombination mit einem farbigen Bild als Hintergrund verwendet werden. Wichtig dabei ist, dass sich das Logo vom Bild klar abhebt.

SUBLOGOS



1.4 FALSCHANWENDUNGEN



nicht proportionale Skalierung



zusätzliche grafische Elemente



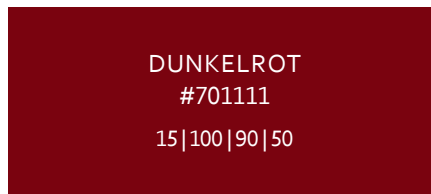
zusätzliche Effekte



drehen und neigen

2. FARBDEFINITION

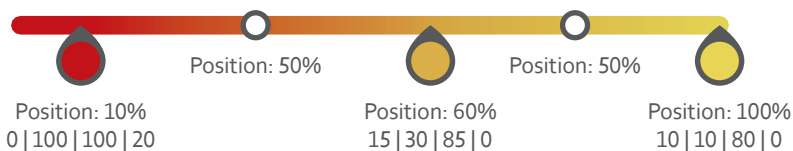
2.1 HAUPTFARBEN



ANWENDUNG DER FARBEN

Bei den diversen Drucksorten ist zu beachten, dass der Mengentext im definiertem Grau (80 %-igem Schwarz) zu setzen ist. Die anderen Farben von Gelb bis Dunkelrot eignen sich für Headlines bzw. Sublines zum Abgrenzen von Themenbereichen, dennoch sollten sie reduziert eingesetzt werden.

2.2 FARBVERLAUF



ANWENDUNG DES VERLAUFES

Der Verlauf kann bei diversen grafischen Arbeiten als Stilmittel sowohl rein als Verlauf oder multipliziert mit einem Graustufenbild eingesetzt werden.

