

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation

2. Logo

2.1. Bedeutung der Logofarben

3. Signet

3.1. Signet (Variante 1)

3.2. Anwendungsvarianten nach „Eigenbetrieb“ und „Projekten“

4. Anordnung

5. Gestaltungsraster für Druckerzeugnisse und
Multimedia - Anwendungen

6. Fondfarbe zur Unterscheidung der Inhalte nach
„Eigenbetrieb“ und Projekten

7. Beispiele

7.1. Design von Mappen

7.2. Flyer

7.3. Power Point - Gestaltung

7.4. Webdesign

8. Gestaltung von Briefbögen

9. Anzeigen

10. Visitenkarten

11. Personalanstecker

12. Aufkleber

13. Beschilderung

14. Stempel

15. Wegweiser

16. Plakate

17. Farben

18. Schrift

18.1. Schriftarten

18.2. Typografie

19. Impressum

20. CD ROM

1. Ausgangssituation:

Definition: Corporate Design (CD) umfasst, gestaltet und koordiniert alle visuell und mental wahrnehmbaren Äusserungen und Auftritte einer Organisation nach innen und aussen.

Elemente des Corporate Designs (Eigenschaften und Bedeutung):

1. Logo:

Als Logo bezeichnet man Zeichen von Unternehmen, Organisationen und Institutionen. Ein Logo ist der reduzierteste Ausdruck der Unternehmensidentität. Entsprechend hoch sind die Anforderungen an die grafische Gestaltung, diese Verdichtung umzusetzen. Und mehr als eine Reduktion soll man von einem Logo auch nicht verlangen. Ein Logo muss möglichst selbstredend oder decodierbar, unverwechselbar und einprägsam gestaltet sein. Ein Logo kann aus einem Schriftzug, einem Zeichen oder aus beidem bestehen. Schrift, Farbe und Form bestimmen sein Aussehen. Die Gestaltung eines Logos muss sicherstellen, dass es für alle seine Applikationen - vom Briefpapier über die Website bis zur Hausbeschriftung - in allen geforderten Grössen, in positiver und negativer Wiedergabe wiedererkennbar verwendet werden kann.

2. Farben und Schriften:

Die Bedeutung der Farbe zur Ausgestaltung eines Erscheinungsbildes liegt auf der Hand. Besonders im Bereich der öffentlichen Verwaltung von Ländern und Kommunen hat die Verwendung der Farben von Wappen und Fahnen Tradition. Mit dieser kann man verschiedenartig umgehen: Traditionelle Farben können als profilierendes Element der Wiedererkennung und sogar als „Hausfarbe“ verwendet werden oder man zeigt sie nur im ursprünglichen oder stark stilisierten heraldischen (Heraldik: Wappenkunde) Zeichen.

Die Typografie gehört zu den subtilen Komponenten eines Erscheinungsbildes. Um ihre Möglichkeiten und Wirkungen zu erkennen, braucht es eine vertiefte Beschäftigung mit den Gestaltungsvorschlägen. Und weil mangelnde typografische Kenntnisse keine Bildungslücke sind, lassen Sie sich alle Fragen der Schrift von Ihren Gestaltenden erklären. Damit verständlich wird, weshalb zum Beispiel eine zeitgenössische Typografie ihre Identität schwächer ausdrückt als eine klassische oder welche Vorteile Ihnen die Verwendung einer eigenen Hauschrift bringen kann.

3. Verbale Attribute:

Viele Städte und vor allem touristische Ziele ergänzen ihr Logo immer oder regelmässig mit einer verbalen Aussage. Diese erhebt meistens einen Anspruch auf eine Eigenheit oder besondere Qualität des Ortes, weshalb man solche Attribute im Fachjargon mit dem englischen Begriff „Claim“ (engl.: Behauptung, Anspruch) bezeichnet. Wirklich zutreffende und merkfähige Claims haben Seltenheitswert. Es überwiegen platte und austauschbare Attribute. So bezeichnen sich unzählige Orte als Tor zu irgendeinem landschaftlichen Raum, andere betrachten sich als „jung, modern und offen“. Man spürt es: Der Gebrauch eines Claims will wohlüberlegt sein, wenn er glaubwürdig und attraktiv sein soll.

„Ausbildung & Beschäftigung“ steht bei „SoPro“ für den Kernauftrag der Stadt Meißen.

4. Bauten und ihre Einrichtung:

Historische Gebäude gehören neben sakralen Bauten zu den Hauptsehenswürdigkeiten unzähliger Städte. Ihre Architektur und künstlerische Ausgestaltung mussten die Hoheit oder die Macht der Obrigkeit zum Ausdruck bringen. Auch Bauten von Ministerien und Ämtern repräsentieren heute noch die Bedeutung der Verwaltung, wenigstens äusserlich. Denn im Inneren trifft man in den meisten Städten eine ähnliche Atmosphäre mit den typischen Bürotüren-Korridoren an. Im Kontakt mit einer Verwaltungsstelle oder einem Betrieb des Staates geht vom Gebäude, seiner Aussenbeschriftung, der empfangszone mit Orientierungshilfen und von der internen Wegweisung eine prägende Gesamtwirkung aus. Die Ausgestaltung von Schaltern und Besprechungsorten, die Einrichtung der Arbeitsplätze, aber auch der Wandschmuck in Korridoren und Büros verstärken noch diesen Eindruck. Und dieser wirkt für die öffentliche Verwaltung in höchstem Masse imagebildend. Eine zeitgemässe und ansprechende Einrichtung der Gebäude und Arbeitsplätze schafft in der Verwaltung auch ein Arbeitsklima, auf das die Mitarbeitenden im „Roten Haus“, dem Domizil des „Eigenbetriebes soziale Projekte“ Meissen, sogar ein bisschen stolz werden können.

5. Signaletik:

Im Rahmen des Service public gehört eine optimale Orientierungshilfe in Verwaltungsgebäuden zu den selbstverständlichen Pflichten. Städte und Ortschaften mit entsprechendem Orientierungsbedarf tun gut daran, die Gestaltung ihrer Signaletik nicht als isoliertes touristisches Programm, sondern als besonders gut wahrnehmbaren Trägern ihres Erscheinungsbildes zu behandeln.

6. Beleuchtung:

Seit geraumer Zeit pflegen Städte ihr Image auch mit kunstvoller Beleuchtung, die über das bisher gewohnte Anstrahlen von Wahrzeichen und Baudenkmalern hinausgeht. Die Grenzen zwischen reinem Show-Effekt und den Möglichkeiten, einer Stadt nachts sozusagen ein zweites Gesicht zu geben oder sie neu entdecken zu lassen, sind fließend. Dazu sind für den Eigenbetrieb „Soziale Projekte Meissen“, Überlegungen zur Lichtauswirkung der Veranstaltungsräumlichkeiten erstrebenswert (z.B. Kaminzimmer).

2. Logo

Das Logo „SoPro“ ist das Zeichen des Eigenbetriebes Soziale Projekte der Stadt Meißen. Das Logo reduziert und verdichtet den Ausdruck der Identität von SoPro. Es ist selbstredend oder decodierbar, unverwechselbar und einprägsam gestaltet. Die Schriftzüge „So“ und „Pro“ bestimmen mit Schrift, Farbe und Form sein Aussehen. Es eignet sich für alle Applikationen - vom Briefpapier über die Website bis zur Hausbeschriftung - in allen geforderten Grössen und kann in positiver und negativer Wiedergabe wiedererkennbar verwendet werden. Das Logo SoPro ist das Differenzierungsmerkmal gegenüber anderen Einrichtungen oder Organisationen und muss auf allen Kommunikationsmitteln präsent sein. Die Form des Logos wird unverändert beibehalten. Das Logo erfüllt die Aufgaben eines Signets. Die Decodierbarkeit des Logos erschließt sich in folgendem Design:



Basisform:

Die Basisform bildet eine Elipse, die unten offen ist. Sie umrahmt dynamisch das Schriftbild.



Verknüpfung der elementaren Formen:

Das Kürzel „So“, steht für „Sozial“ und wird in den Rahmen eingeschlossen und vermittelt den Eindruck der Häuslichkeit.



Das Kürzel „Pro“, steht für „Projekte“ und drängt durch die Unterbrechung des oberen Rahmens nach aussen. Es wird somit nach aussen hin wirksam.

2.1. Bedeutung der Logofarben:



Blau: Eigenbetrieb



Orange: Projekte

3. Signet



Ausbildung & Beschäftigung kann je nach Anwendung konkretisiert werden.

3.1. Signet (Variante1)



Logo ohne Schriftzug für kleinere Anwendungen, ohne Konkretisierung.

3.2. Anwendungsvarianten nach „Eigenbetrieb“ und „Projekten“



Die farbliche Gliederung des Schriftzuges in Blau und Orange bilden einen wieder erkennbaren Farbkontrast. Sie werden durch die Formensprache des Logos vereint.



Gesamtanmutung und Platzierung:

Die Unterteilung der Kürzel „So“ steht für das Soziale, die Ausbildung und „Pro“ für Projekte, die Beschäftigung. Der Text bildet den dynamischen Abschluß des Logos und führt zu noch mehr Einheitlichkeit.



Weiterführung des Logos für einzelne Projekte:

1. Soziales Möbellager

Das „M“ als Kürzel in Orange, da es ein Projekt ist. Darunter der Schriftzug vom Eigenbetrieb für den Wiedererkennungswert. Ergänzend steht darunter der vollständige Name des Projektes so transformiert, dass es sich ins Bild des Logos dynamisch anpasst.



2. Soziale Nähstube

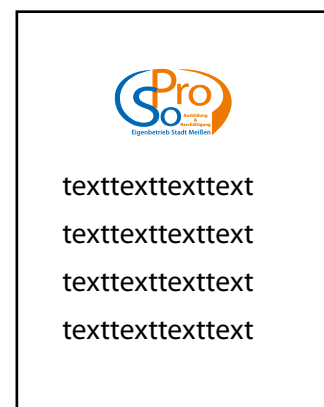
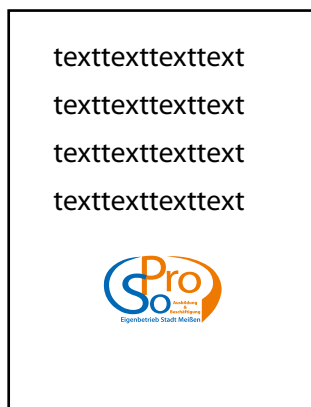
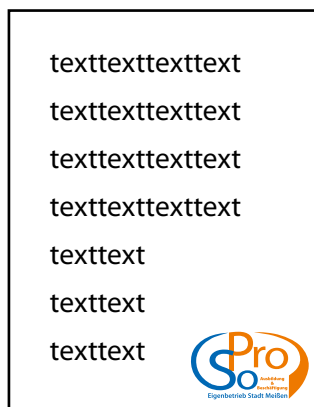
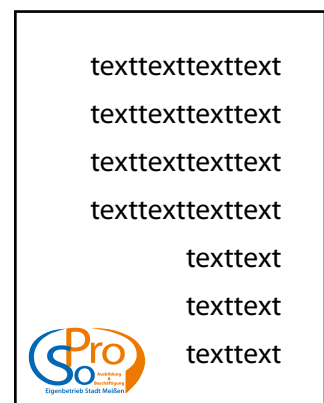
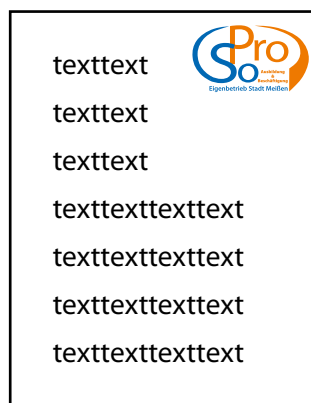
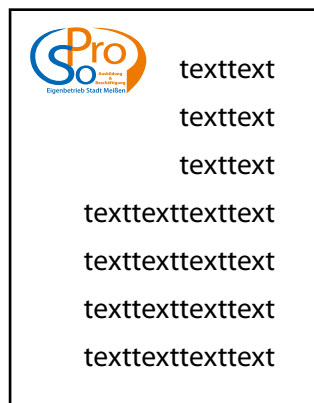
Das „N“ als Kürzel auch hier in Orange, da es auch ein Projekt von SoPro ist. Wieder der Schriftzug für ein einheitliches Erscheinungsbild des Logos. Darunter wieder der vollständige Name des Projektes wiedererkennbar eingefügt.

4. Anordnung

Das Logo SoPro kennzeichnet auf allen Komponenten der Kommunikation den Absender.

Es übernimmt daher die Aufgabe eines Signets, nämlich ein Differenzierungsmerkmal gegenüber den Darstellungen anderer Einrichtungen zu sein.

Das Logo kann durch seine geschlossene Form bei allen Druckmedien an beliebiger Position gesetzt werden, je nach Formatvorgabe und den übrigen Gestaltungselementen und egal ob Hoch- oder Querformat.



Die Schriftausformung von „SoPro“ ist so angepasst, dass sie kurvenreich und dynamisch wirkt.

Die Textblöcke wurden zur Schrift von „SoPro“ angepasst, um ein einheitliches Erscheinungsbild des Logos zu fördern, zu verdeutlichen und zu unterstützen.

Größe, Positionierung und Farbigkeit sind für alle Druckmedien eindeutig definiert und richten sich nach den jeweiligen Formatvorgaben und Gestaltungselementen.

Die farbliche Umsetzung von Logo und Schrift kann beliebig gestaltet und verändert werden.

5. Gestaltungsraster für Druckerzeugnisse und Multimedia - Anwendungen



Die Farbe aller Fonds entspricht der Logofarbe HKS ... mit 25% Deckkraft.
Headlines erscheinen auf orangenem oder blauem Hintergrund der Logofarben.
Die weiße Schrift ist mit einer Laufweite von 300 festgelegt und soll nicht wesentlich über- oder unterschritten werden.



Fotografien oder rechteckige Grafiken werden grundsätzlich mit weißer Kontur umrahmt.

Schrift Myriad Pro Bold Condensend Laufweite 300



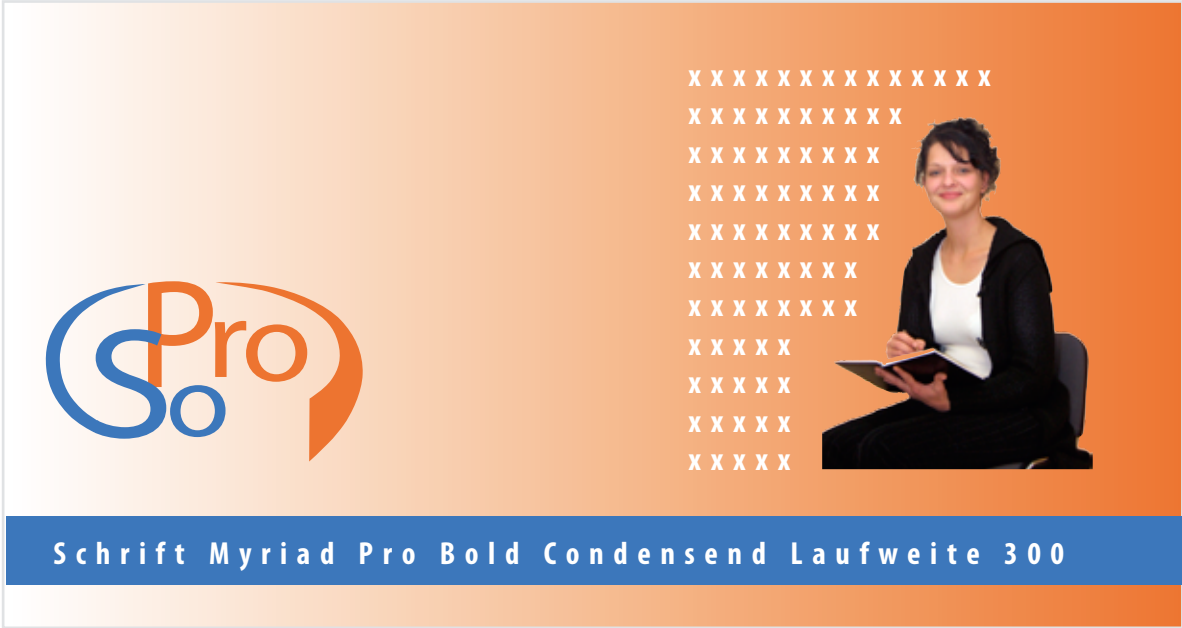
Schrift Myriad Pro Bold Condensend Laufweite 300

Je nach Anwendungsanforderung kann der Fond von einem Verlauf in der Logofarbe Orange mit einer Verlaufsdeckkraft von 100% bis 0% gebildet werden. Der Hintergrund ist stets weiß.

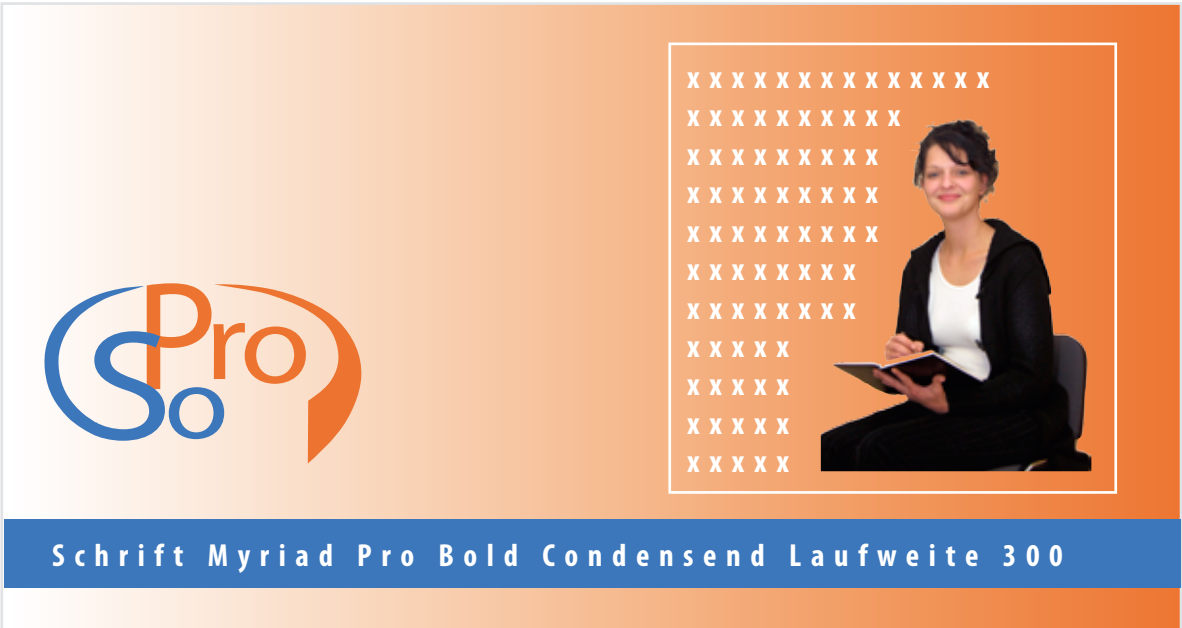


Schrift Myriad Pro Bold Condensend Laufweite 300

Fotografien können durch die Verlaufsrichtung hervorgehoben werden.

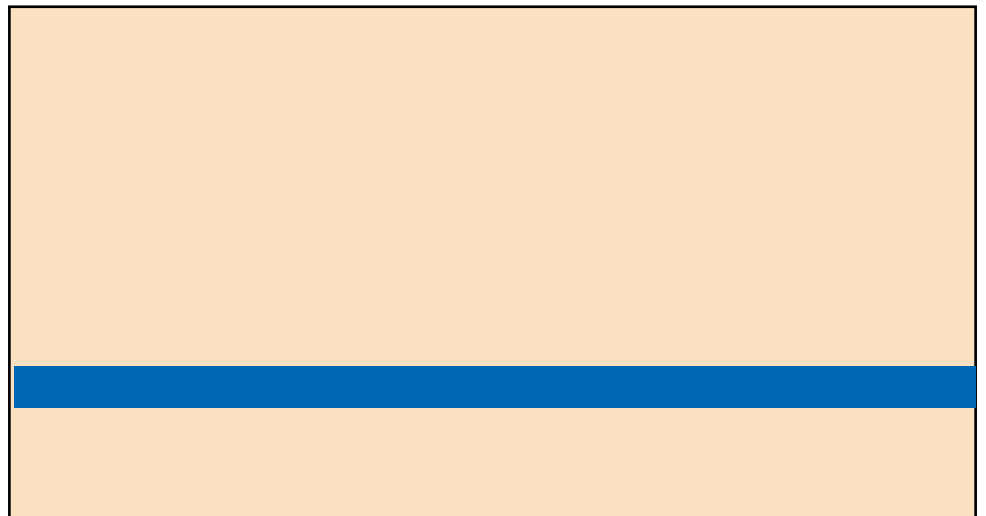


Bei Druckanwendungen kann der Fließtext als Flattersatz geeignete Fotografien umfließen.

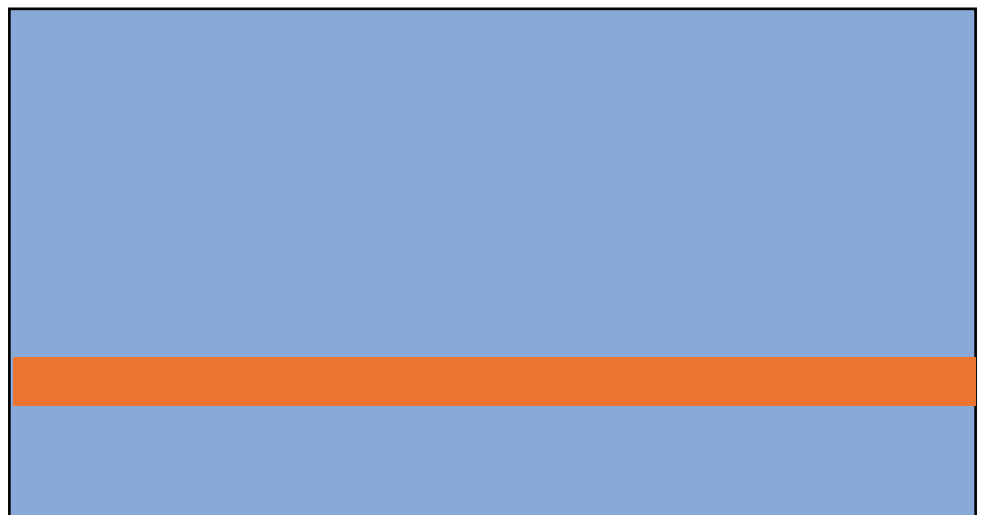


Durch einen Rahmen können Inhalte (Bild und Text) besser verbunden werden.

6. Fondfarbe zur Unterscheidung der Inhalte nach „Eigenbetrieb“ und Projekten



Hintergrundfarbe bei der Gestaltung von Projekten (z.B. Möbeldienst, Nähstube usw.): HKS 07 K 25 %



Hintergrundfarbe bei der Gestaltung des Eigenbetriebes als Gesamtpräsentation /z.B. Webdesign, Powerpoint usw.): HKS 44 K - 50 %

7. Beispiele

7.1. Mappen

Gestaltungsbeispiel: „Speisen. und Getränkekarte“ Kaminzimmer



Rückseite

Deckblatt

Farbbelebung der Fondfarbe ohne einen visuellen Bruch zu erzeugen



Innenseiten

7.2. Flyergestaltung

Gestaltungsbeispiel: Imageflyer (Wickelfalz)



Gestaltungsanwendung mit fotografischen Elementen

Einschlagseite

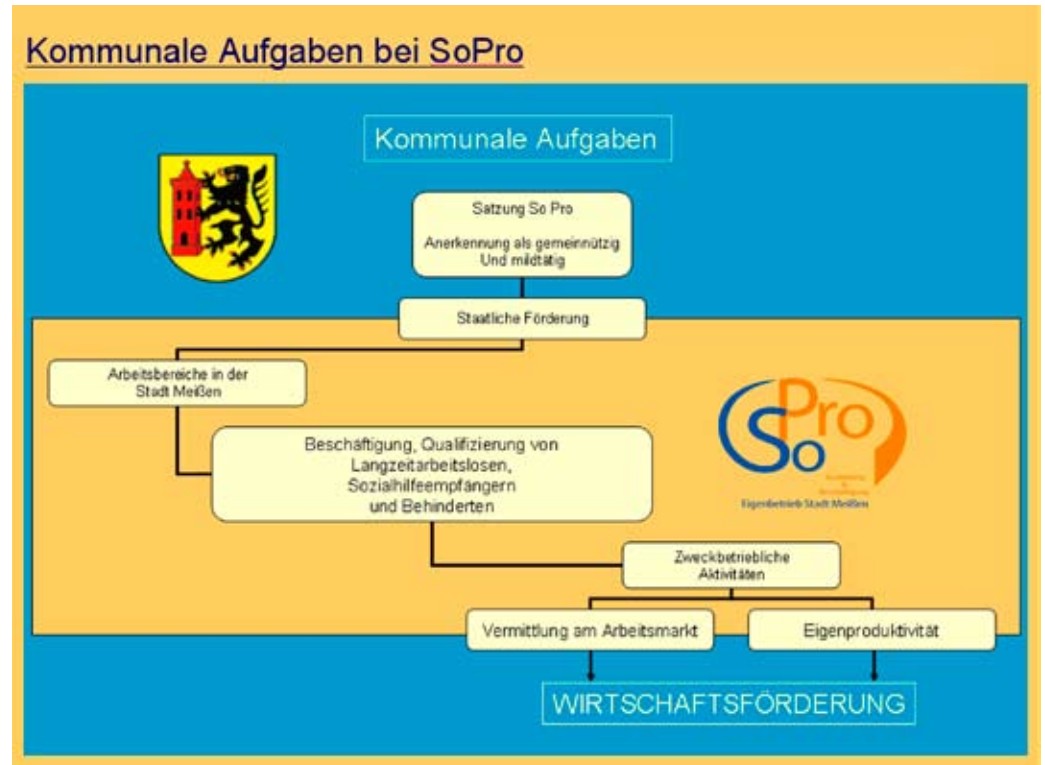
Rückseite

Deckblatt





Innenseiten

7.3. Power Point - Gestaltung



Fondfarben:

 blau für Eigenbetrieb

 orange für Projekte

7.4. Webdesign

SoPro
Eigenbetrieb Stadt Muelheim

Ausbildung & Beschäftigung

Modularausbildung
Befähigtenarbeit
Beschäftigung
Sozialer Möbelleger
Kostümrestaurator
Wasch- & Bügelstube
1-Euro-Job
Vermietung
Gastronomie
Über uns
Kontakte
FAX
Kontakt
e-mail
Depressum
Home

Kostüm- und Maßschneiderei und Kostümverleih

Die "Soziale Nähstube" unseres Eigenbetriebes "Soziale Projekte" der Stadt Muelheim garantiert mit Fachkräften und dem Einsatz moderner Technik qualitativ hochwertige Produkte.

Individuelle Kundenwünsche, von der Auswahl der Stoffe bis hin zur Ausformulierung mit ausgewählten Accessoires, finden eine besondere Berücksichtigung.

Handwerkliche Perfektion hilft ausgefallene Kundenwünsche zu erfüllen. Mit unserem neuen Angebot von Hosen und Röcken nach Maß können wir Ihren ganz persönlichen Bedürfnissen entgegen.

In Qualität und Preis bieten wir eine echte Alternative zu den "Einheitsgrößen von der Stange".

Informieren Sie sich persönlich bei einem Besuch in unserer "Sozialen Nähstube", oder verwenden Sie unser Anfrageformular.

Anfrage

Angebote für Kleinstellungen:

- Hosen und Röcke nach Maß
- Historische Kostüme nach Ihren Wünschen
- Änderungen und Reißverschlussarbeits
- Anfertigung von Gardinen nach Ihren Vorstellungen
- Computerstickerei (z.B. Logos, Monogramme, Namen) und Werbeartikel


Sie sind der


Seitgeber seit dem 17.06.2003

Öffnungszeiten:
Montag bis Freitag
von 9.00 Uhr bis 13.00 Uhr
und nach Vereinbarung

Für die Anproben können Sie Termine vereinbaren.

Fondfarben:

 blau für Eigenbetrieb

 orange für Projekte

8. Gestaltung von Briefbögen

Eigenbetrieb „Soziale Projekte Meißen“



Nossener Straße 46, 01662 Meißen

Tel.: 03521- 40 46 72 Fax: 03521- 40 46 73 e-mail: info@sopro-meissen.de HP: www.sopro-meissen.de



STADT MEISSEN
GROSSE KREISSTADT

Bankverbindung:
Kreissparkasse Meißen
BLZ: 850 550 00
Konto: 300 270 2000

Bankverbindung:
Kreissparkasse Meißen
BLZ: 850 550 00
Konto: 300 270 2000

Bankverbindung:
Kreissparkasse Meißen
BLZ: 850 550 00
Konto: 300 270 2000

9. Anzeigen



Kernaussage der Anzeige

Eigenbetrieb „Soziale Projekte“ Meißen

10. Visitenkarten

Mitarbeiter



Eigenbetrieb „Soziale Projekte“
der Stadt Meißen
Nossener Str. 46 • 01662 Meißen

Christa Arlt
Betriebsleiterin
Dipl.- Psychologin
www.sopro-meissen.de • e-mail: arlt@sopro-meissen.de

Tel. 03521 / 40 46 72
Fax. 03521 / 40 46 73

Soziales Möbellager



Soziales Möbellager
Möbelanfertigung

Thomas Läßig
Kynastweg 20 • 01662 Meißen • Tel. 03521 / 45 86 08

Soziales Möbellager



Soziales Möbellager

Öffnungszeiten: Montag - Donnerstag:
6.³⁰ Uhr - 15.⁰⁰ Uhr
Dienstag: 6.³⁰ Uhr - 18.⁰⁰ Uhr
Freitag: 6.³⁰ Uhr - 14.⁰⁰ Uhr

Frau Höntsch
Kynastweg 20 • 01662 Meißen • Tel. 03521 / 45 86 08

11. Personalanstecker

Beschäftigung horizontal mit
„Eigenbetrieb“ auf einer Linie



Name vertikal mit „Eigenbetrieb“ auf einer Linie

Format: 8,8 cm x 5,0 cm

Fond: rein weiss

Typografie: Beschäftigung mit 14Pt bei einem Abstand von 100
Name mit 20 Pt bei einem Abstand von 25

12. Aufkleber



13. Beschilderung



14. Stempel



15. Wegweiser



16. Plakate

Willkommen im Kaminzimmer



*des Eigenbetriebes „Soziale Projekte“
der Stadt Meißen*



Heute in unserem Tagesangebot:

Öffnungszeiten: Täglich außer Sa. und So. von 8.00 bis 15.00 Uhr

17. Farben

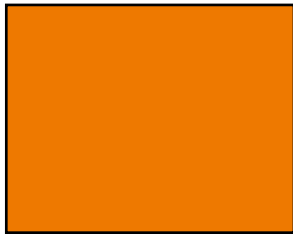
Gesamtanmutung und Platzierung:

Das Logo ist farblich unterteilt in Blau und Orange.

Die Unterteilung der Kürzel: „So“ steht für das Soziale, die Ausbildung und „Pro“ für Projekte, die Beschäftigung.

Der Text bildet durch die farbliche Gliederung deneinheitlichen Abschluß des Logos.

Primäre Hausfarben:



100 % Deckkraft für Logo

Orange: HKS 07 K

4-Farbsatz:
0% Cyan
60% Magenta
100% Gelb
0% Schwarz

R: 212
G: 120
B: 11

Abschwächung der Deckkraft für Fonds:



80 %

0-48-86-0



50 %

0-31-52-0



25 %

0-16-26-0



100 % Deckkraft für Logo

Blau: HKS 44 K

4-Farbsatz:
100% Cyan
50% Magenta
0% Gelb
0% Schwarz

R: 23
G: 104
B: 176



80 %

88-32-6-0



50 %

56-14-7-0



25 %

29-7-4-0

Sekundäre Hausfarbe (z.B. für Anzeigen in Graustufen:



Schwarz:

Pantone Process Black
Eurokala:
C0
M0
Y0
K100



80 %



50 %



20 %

18. Schrift

18.1. Schriftart:

Es kommt eine Schrift zum Einsatz.

Als Gestaltungsmittel für alle Medien intern und extern empfehlen wir eine serifenlose, charaktervolle Schrift, die sich für alle Einsatzarten eignet.

Die Myriad Pro besitzt eine umfangreiche Schriftfamilie, bietet in verschiedenen Schnitten eine sehr gute Lesbarkeit und deckt breite Einsatzgebiete ab.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Pro Light Condensend

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Pro Condensend

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Gro Semibold Condensend

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Pro Bold Condensend

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myrid Pro Black Condensend

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Pro light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Pro Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Pro Semibold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myriad Pro Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ä ö ü Ä Ö Ü , . - „ “ ; () ? ! 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Myrid Pro Black

18.2. Typografie

Die Typografie gehört zu den subtilen Komponenten eines Erscheinungsbildes.

Laufweite:

Die Laufweite des Schriftzuges passt sich an das übrige Design des Logos an und wirkt dadurch nicht zu überdimensioniert, aber auch nicht zu klein und unbedeutsam. Die Laufweite des zusätzlichen Textes „Ausbildung und Besschäftigung“ wurde so angepasst, dass die Schrift den Freiraum nicht zu sehr beansprucht, jedoch trotzdem noch erkennbar ist.

Hier besteht auch die Möglichkeit bei einer geringen Größe des Logos kann dieser Text auch weggelassen werden. Das Logo bildet trotzdem noch ein einheitliches Bild und wirkt nicht zu überladen oder unübersichtlich. Die Laufweite der Schriftzüge „Soziales Möbellager“ und „Sozialer Möbeldienst“ wurde durch Transformieren optimal am Logoende angepasst, um ein weiterhin einheitliches und dynamisches Erscheinungsbild des Logos zu behalten.

Die Laufweite der Schrift beträgt im Fließtext +-0 und sollte nicht unangemessen über- oder unterschritten werden.

Gesperrte Schrift kann zu Gestaltungszwecken sparsam in Headlines verwendet werden (Headlines +75 pt bei Myriad Pro Black Condensend)
Bei negativ gesetztem Text, d. h. weiße Schrift in farbigem Fond, sollte der besseren Lesbarkeit wegen die Laufweite auf +10 erhöht werden und bei Headlines + 300.

Zeilenabstand:

Der Zeilenabstand für Druckmedien sollte in der Regel die Lesbarkeit der Schrift in den unterschiedlichen Schriftgrößen unterstützen.

Gute Lesbarkeit wird erreicht bei einem Zeilenabstand von folgender Größe: Schrifthöhe +2 pt.

Beispiel: Schrifthöhe 12 pt, Zeilenabstand 10 pt für Fließtext

Formate:

Textabsätze werden durch eine Leerzeile gebildet, wobei nach Überschriften oder zum Zwecke der Gliederung, ein geringerer Zeilenabstand gewählt werden kann, damit zusammengehörige Texte nicht auseinanderfallen oder Platz gespart wird.

Schreibweise:

Die Schreibweise der Texte ist generell gemischt, d. h. Groß und Kleinbuchstaben.

Die Schreibweise in Versalien kann zu Gestaltungszwecken bei kurzen Überschriften angewendet werden.

Größere Textmengen, vor allem in längeren Fließtexten, werden nicht in Versalien gesetzt.

Satzempfehlungen:

Je nach Medium kommen Blocksatz (z. B. Anzeigen, Plakate und Flyer) bzw. Flattersatz (z. B. Flyer) zum Einsatz. Kolumnen (Textspalten) werden linksbündig oder zentriert gesetzt, Worte nicht gesperrt.

19. Impressum

Herausgeber:

Eigenbetrieb „Soziale Projekte“ Meißen
Nossener Straße 46
01662 Meißen

Konzeption/Gestaltung/Urheber:

Event- & Werbeagentur
Connect design
Niederseite 16
01640 Coswig

Tel.: 03523-51615
Fax: 03523-532790
e-mail: showmanagement@connectdesign.de
HP: www.connectdesign.de

Rechtliche Bestimmungen:

Alle Fotografien und Grafik/Designerprodukte des Corporate Design unterliegen dem Urheberrecht nach §§ 12 u. 13 UrhG und bleiben bis zur Auftragserteilung Eigentum des Urhebers und dürfen bis dahin nicht weiterverwendet werden.

Coswig, den 19.07.2006

20. CD - Rom

Eine PDF-Datei des Corporate Design Manuals sowie Musterdokumente befinden sich auf der CD-ROM.

- Entwürfe in Ausführungen und Dateiformaten

Von folgenden Vorlagen können externe Druckmedien erstellt werden:

- Logo
- Aufkleber
- Anzeigen
- Beschilderung
- Wegweiser
- Aufkleber
- Anstecker
- Briefbögen
- Personalanstecker

Die CD-ROM kann von PC und Apple Macintosh-Rechnern gelesen werden. (alle Entwürfe erstellt auf Apple Macintosh in InDesign CS 2)