



Das Erscheinungsbild der Stadt Wien

Stand: April 2019

**Stadt
Wien**



Willkommen in Wien

In diesem Manual zeigen wir Ihnen, wie im Zusammenspiel der verschiedenen Grundelemente die Marke der Stadt Wien und ihr visuelles Erscheinungsbild entsteht.



Einführung

Um allen städtischen Fachbereichen Orientierung zu bieten und ihnen dabei zu helfen, Wiens Stärken und Qualitäten klar zu kommunizieren, wurde für die Stadt Wien eine neue Marke entwickelt. Diese besteht aus Markenstrategie und Markendesign.

Markenstrategie

Eine Markenstrategie für eine Stadt stellt dar, was diese Stadt authentisch, relevant und besonders macht. Sie definiert, **was** sich Wienerinnen und Wiener von ihrer Stadt erwarten können, **wie** die Stadt an ihre Arbeit herangeht und **warum** die Stadt so handelt wie sie es tut.

Die Marke wird somit zu einem Versprechen an die Bürgerinnen und Bürger dieser Stadt. Die Stadt arbeitet

in allen Fachbereichen täglich daran, dieses Versprechen einzulösen und erlebbar zu machen. Dadurch lassen sich auch bestimmte Zielgruppen wie z.B. Studentinnen und Studenten oder Wirtschaftstreibende für Wien begeistern.

Die Stadt Wien soll als Arbeitgeberin in der Lage sein, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Bedeutung und Wichtigkeit ihrer Arbeit zu vermitteln

und eine gemeinsame Sichtweise über den eigenen Tätigkeitsbereich hinaus zu bieten, welche sinnstiftend, anregend und motivierend wirkt.

Zudem gilt es, Wien auch als Stadt im internationalen Wettbewerb zu betrachten und eine Erzählung/einen Außenauftritt mit Differenzierungspotenzial zu erarbeiten.

Markendesign

Über lange Jahre hat die Stadt Wien mit einer Vielzahl an Logos und verschiedensten Designs kommuniziert.

Aus einer konsequenten BürgerInnen-Sicht betrachtet, hat dies allerdings nicht dazu beigetragen als eine klar strukturierte Einheit wahrgenommen

zu werden. Mit dem vorliegenden Design soll daher künftig ein einheitlicher und besser wiedererkennbarer Ansatz für die Stadt Wien verfolgt werden.

Das Markendesign setzt sich aus dem Wappen der Stadt, dem Logo, einer Schrift, Farben und weiteren

Elementen zusammen. Alle diese ergeben gemeinsam das Markendesign der Stadt Wien und müssen korrekt eingesetzt werden. Dieses Manual erklärt, wie das am besten funktioniert.



Inhaltsverzeichnis

1. Markenstrategie

- 1.1 Kerntemen
- 1.2 Markenidee
- 1.3 Markennarrativ
- 1.4 Die Stadt Wien als Arbeitgeberin
- 1.5 Schlüsselbotschaften
- 1.6 Sprachstil

2 Designkonzept

- 2.1 Der Mensch in der Mitte
- 2.2 Das Wappen als Ausgangspunkt
- 2.3 Visuelle Sprache
- 2.4 Übersicht

3 Grundelemente

- 3.1 Logo
- 3.2 Farben
- 3.3 Typografie
- 3.4 Fotografie
- 3.5 Piktogramme
- 3.6 Illustration
- 3.7 Informationsgrafik
- 3.8 Expressives Wappen

4 Designprinzipien

- 4.1 Das Wappen als Zentrum
- 4.2 Gestaltungsprinzip

5 Hauptanwendungen

- 5.1 Kommunikation
- 5.2 Literatursystem
- 5.3 Geschäftsdrucksorten
- 5.4 Digital
- 5.5 Dienstkleidung und -fahrzeuge
- 5.6 Beschilderungssystem

6 Look & Feel

7 Weitere Information

- 7.1 Kontakt

1 Markenstrategie

-
- 1.1 Kerntemen
 - 1.2 Markenidee
 - 1.3 Markennarrativ
 - 1.4 Die Stadt Wien als Arbeitgeberin
 - 1.5 Schlüsselbotschaften
 - 1.6 Sprachstil

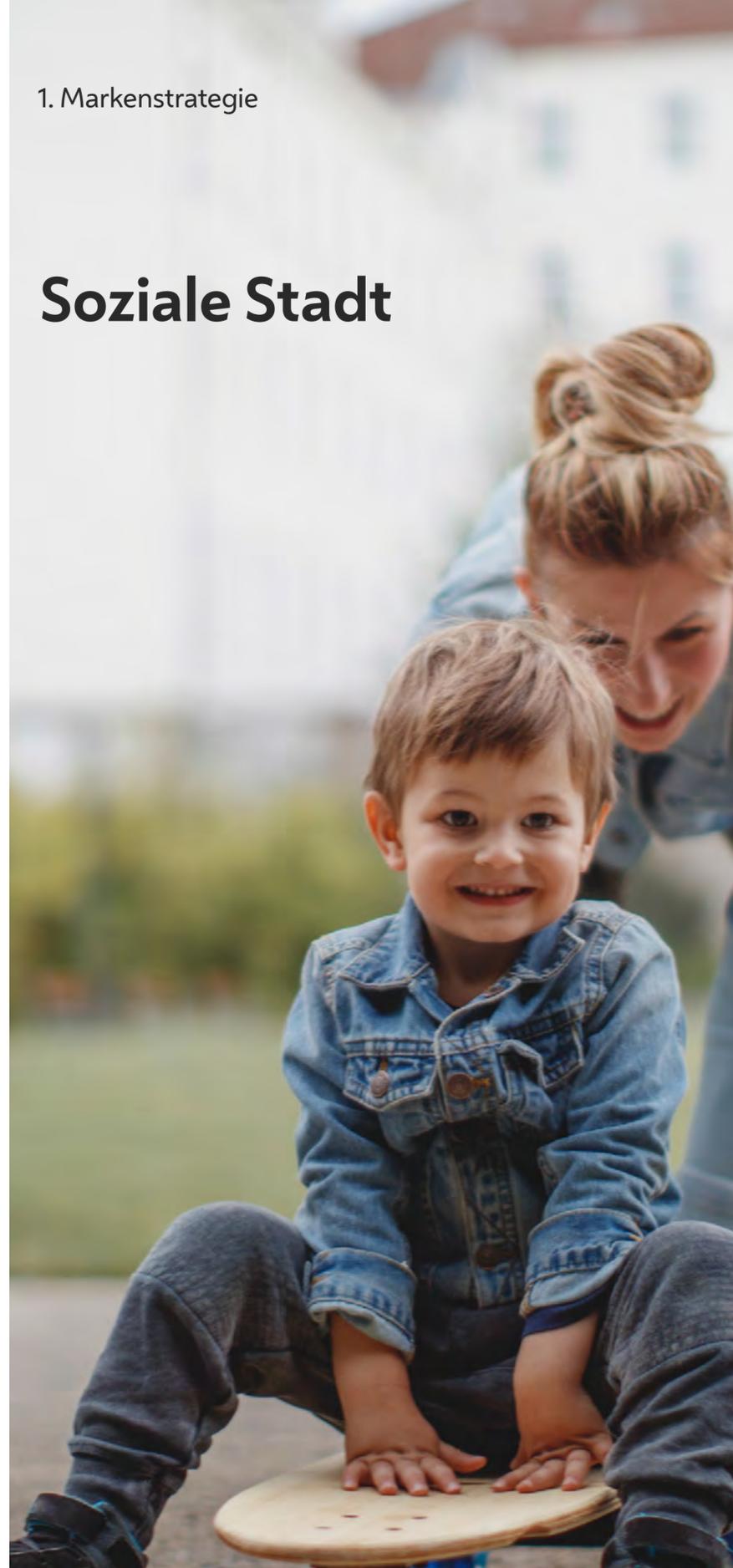
1.3 Kernthemen

Die Markenthemen werden nach Aspekten der Zielgruppenrelevanz und Differenzierung gegenüber anderen europäischen Städten weiter priorisiert. Die Kernthemen sind damit nicht wichtiger als die Markenthemen, sie werden lediglich für einige Zeit in den Vordergrund gestellt.

Kernthemen werden daher regelmäßig geprüft und wo notwendig erneuert.

Für die erste Phase nach dem Relaunch der Marke hat die Stadt folgende Kernthemen definiert:

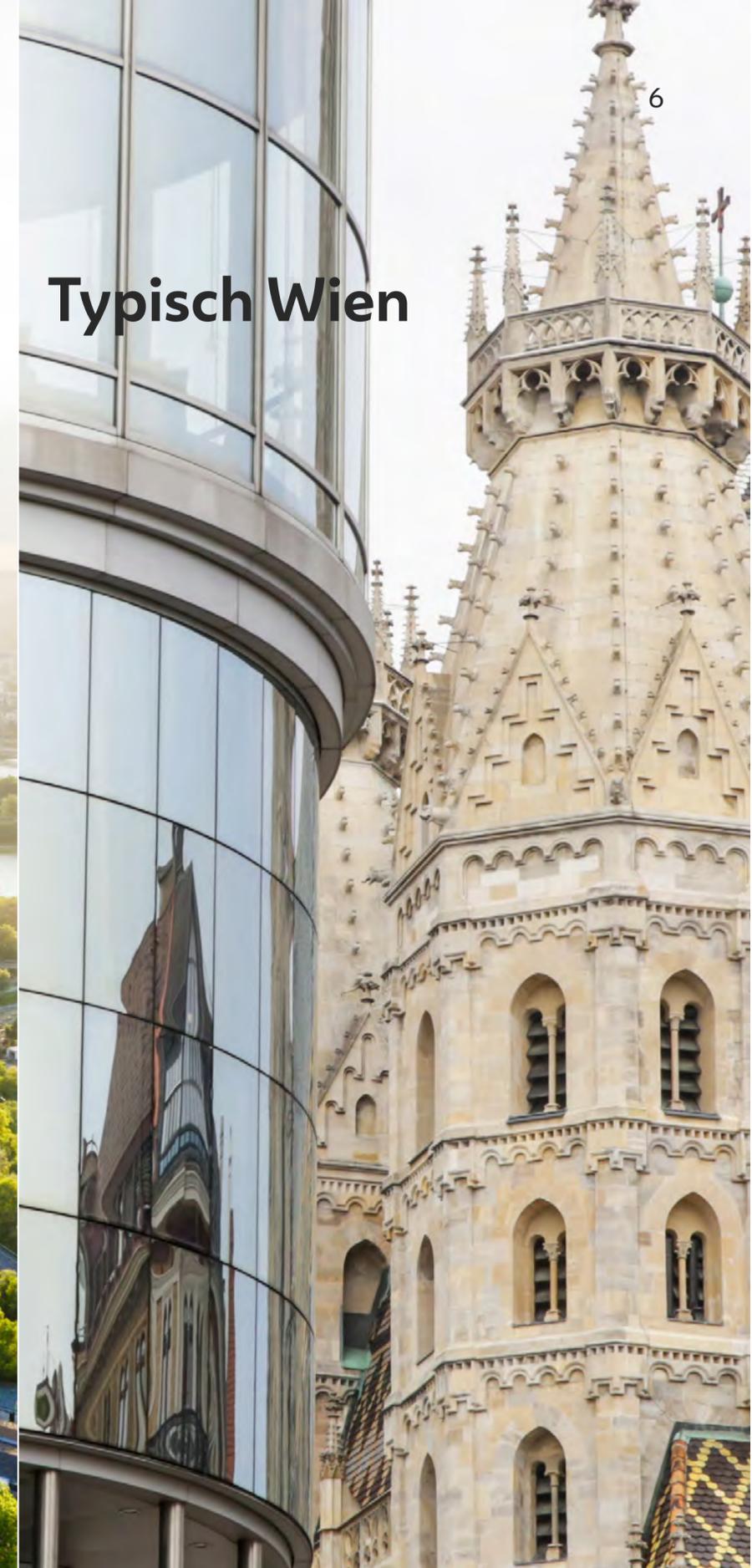
Soziale Stadt



Funktionierende Stadt



Typisch Wien



1.4 Markenidee

Die Markenidee ist das zentrale Element der Markenstrategie. Sie beschreibt, was Wien authentisch, relevant und besonders macht.

Dies macht sie für die vier definierten Zielgruppen dieses Projekts; Wienerinnen und Wiener, Studentinnen und Studenten, Wirtschaftstreibende sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Magistrats/der städtischen Unternehmen.

Die Markenidee gibt Antwort darauf, warum die Stadt Wien und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so denken und handeln, wie sie es tun und wie sie an ihre Arbeit herangehen.

Sie gibt ein ambitioniertes Ziel vor, ein Versprechen an die Wienerinnen und Wiener, an welchem die Stadt Wien als Organisation jeden Tag arbeitet.

Die Markenidee baut auf den Markenthemen und den Kernthemen auf und verdichtet diese zu einem kurzen Statement. Wien ist also eine soziale Stadt, sie funktioniert gut und die typische Wienerische Art kommt in vielen Lebenslagen zum Ausdruck. Daraus erkennen wir, dass Wien ein Ort ist, in dem das Menschliche in den Vordergrund gestellt wird.

Sowohl in der Entwicklung Wiens über die vergangenen 100 Jahre aber auch im Vergleich zu anderen Metropolen Europas wird den Menschen das Arbeiten und Leben in Wien besonders gut möglich gemacht. Man erkennt in allen Initiativen und Aktivitäten der Stadt, dass der Mensch immer im Mittelpunkt steht.

Daher lautet die Markenidee der Stadt Wien:

Der Mensch in der Mitte

1.5 Markennarrativ

Das Markennarrativ erklärt die Markenidee und führt diese weiter aus.

In Wien gibt es Lebensqualität nicht nur für Einzelne, sondern für viele. Hohe Wohnzufriedenheit, kulturelles Angebot, öffentliche Dienstleistungen, Infrastruktur und viel Grünraum greifen hier für ein leistbares Leben ineinander.

Als Metropole im Herzen Europas findet Wien immer neue Wege, sich zu verbessern und Perspektiven zu schaffen: Vorausschauend und mit Blick auf die Menschen wird die Stadt für Jung und Alt, Familien und Singles, UnternehmerInnen und Angestellte gestaltet. Ihre Bedürfnisse

inspirieren zu vorausschauenden Entscheidungen, die eine Verbundenheit zur Stadt und ein vielfältiges Miteinander möglich machen. Eine Vielfalt, die in Wien Tradition hat, die das Leben und Arbeiten bereichert und zur Schönheit Wiens beiträgt.

Weil Wien viele Chancen bietet, wird aus dieser Stadt, was die WienerInnen daraus machen. Das geht, weil es hier eine gemeinsame Basis aus Stabilität, Sicherheit, Sauberkeit und kurzen Wegen gibt.

Kurz:

In Wien steht der Mensch in der Mitte und die Wienerinnen und Wiener schauen darauf, dass ihre Stadt so typisch menschlich bleibt, wie sie ist.

1.6 Die Stadt Wien als Arbeitgeberin

Mit der Employer Value Proposition (EVP) vermittelt die Stadt Wien die Werte der Markenidee für MitarbeiterInnen und drückt aus, was die Stadt als Arbeitgeberin besonders attraktiv macht. Die EVP ist somit ein Versprechen an jetzige und zukünftige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadt, welches durch tägliches Handeln gehalten werden muss. Die EVP der Stadt Wien lautet:

Die Stadt Wien ist mit all ihren Einheiten die größte Arbeitgeberin der Bundeshauptstadt. Sie ist eine stabile und verlässliche Partnerin mit klaren Strukturen und Systemen.

Die Stadt Wien bietet Perspektiven zur Entfaltung. Sie hat eine enorme Vielfalt an Berufsfeldern und Tätigkeitsbereichen. Das ermöglicht individuelle Karrierepfade und ein gutes Eingehen auf die individuellen Lebensphasen jeder und jedes Einzelnen. Wir stehen für eine ausgewogene Verbindung von Beruf und Privatleben.

Wir bieten damit die Plattform für innovatives, leistungs- und lösungsorientiertes Arbeiten. Dabei achten wir auf einen optimalen Ressourceneinsatz und die sparsame Verwendung von Steuergeldern.

Wir denken vor und trauen uns Neues. Wir leben soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit. Gemeinsam gestalten wir unseren Lebensraum und die Zukunft unserer Stadt, immer mit den Bedürfnissen der Menschen unserer Stadt im Blick.

Wir haben das klare Ziel: unser Wien tagtäglich zu einer lebens- und liebenswerten Stadt zu machen, in der sich jede Bewohnerin und jeder Bewohner in gleichem Maße und bei gleicher Qualität auf unsere Leistungen und Services verlassen kann. Genauso wie unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich auf uns verlassen können und wir uns auf sie.

Es gibt nur eine Stadt Wien. Sie ist typisch Wien. Sie ist einzigartig. Sie stellt Menschen in die Mitte.

1.8 Schlüsselbotschaften

Die Schlüsselbotschaften leiten sich aus den Kernthemen und der Markenidee ab. Gleichzeitig richten sie sich an einzelne Zielgruppen und berücksichtigen deren Lebensumstände, Bedürfnisse und Interessen. 4 Zielgruppen stehen dabei im Fokus (siehe rechts).

Für alle ist die Grundaussage die gleiche:

Wien hat viel zu bieten.

Du hast viele Chancen und Möglichkeiten.

Es liegt an Dir, sie zu nutzen!

Bürgerinnen und Bürger

Studentinnen und Studenten

Unternehmerinnen und Unternehmer

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

1.8.1 Bürgerinnen und Bürger

Welche Bedeutung hat das Markennarrativ für Bürgerinnen und Bürger?

„Ich werde in Wien auch in Zukunft gut leben können. Die Stadt bietet hervorragende Voraussetzungen dafür. Ich muss sie aber nutzen.“

Jeder hat die Möglichkeit, in Wien seine Pläne und Lebenskonzepte zu verwirklichen. Es liegt an mir, dass ich etwas daraus mache.“

Daraus ergeben sich die Schlüsselbotschaften an Bürgerinnen und Bürger:

Die Stadt Wien leistet gute Arbeit für die Allgemeinheit und verbessert ihre Angebote laufend.

Wien funktioniert. Das sieht man an der gesamten Infrastruktur von den Öffis über Beleuchtung und Wasserversorgung bis zur Müllabfuhr. Ebenso wie an allen anderen öffentlichen Dienstleistungen oder der Stadtplanung.

Mach etwas aus den Möglichkeiten, die dir Wien bietet!

Du hast alle Möglichkeiten dazu. Vom Bildungsangebot über Förderungen und Sozialleistungen bis zur Möglichkeit zur Partizipation, die Wien zu deiner Stadt macht.

Deine Anliegen nehmen wir ernst.

Wir sind offen für deine Fragen und geben Antwort. Über das Stadtservice, Telefon, E-Mail, App und andere Wege zur Kontaktaufnahme bieten wir eine Vielfalt an Möglichkeiten zur Kommunikation und (persönlichen) Interaktion.

1.8.2 Studentinnen und Studenten

Welche Bedeutung hat das Markennarrativ für Studentinnen und Studenten?

„In Wien kann ich sowohl das Studium als auch das Studentenleben voll auf genießen. Denn die Stadt bietet mir alle Chancen. Es liegt an mir, dass ich meine Chancen nütze.“

Daraus ergeben sich die Schlüsselbotschaften an Studentinnen und Studenten:

Studiere in der größten deutschsprachigen Universitätsstadt und der lebenswertesten Stadt der Welt.

Wien bietet ideale Voraussetzungen für Bildung, Weiterbildung, wissenschaftliche, berufliche und natürlich auch private Vernetzung.

In Wien hast du beste Chancen.

Egal ob du studierst und dich bildest, an deiner erfolgreichen Zukunft arbeitest oder dich entspannst und die Freizeit genießt. In Wien gibt es in jeder Hinsicht viel Neues zu entdecken. Und viele gute Gründe, auch nach der Ausbildung hier zu bleiben und in Wien zu arbeiten und zu leben.

Wien bietet Raum für Begegnungen und Austausch.

Und eine große Vielfalt an Menschen, Lebensentwürfen und Inspirationsmöglichkeiten.

1.8.3 Unternehmerinnen und Unternehmer

Welche Bedeutung hat das Markennarrativ für Unternehmerinnen und Unternehmer?

„In Wien können meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und mein Unternehmen nicht nur wirtschaftlich erfolgreich sein, sondern auch gut leben. Es liegt an mir, das Beste aus den Chancen zu machen.“

Daraus ergeben sich die Schlüsselbotschaften an Unternehmerinnen und Unternehmer:

Wien bietet dir die Chance auf wirtschaftlichen Erfolg bei bester Lebensqualität.

Hier findest du hochqualifizierte Fachkräfte. Wien bietet aber nicht nur jede Menge Möglichkeiten für Aus- und Weiterbildung (größte deutschsprachige Universitätsstadt), sondern auch ein einzigartiges Freizeit- und Kulturangebot. Kurzum: Deine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben gerne in dieser Stadt.

Die Stadt ist eine moderne Dienstleisterin.

Sie unterstützt dich mit Angeboten, mit Förderungen, einem dichten Netzwerk für Unternehmen und internationalen Kontakten.

Wien ist ein verlässlicher Partner mit hoher Stabilität.

Wien bietet eine funktionierende Infrastruktur, Rechts- und Planungssicherheit.

Die Donaumetropole ist renommierte Kongressstadt, beliebter Treffpunkt und zentrale Drehscheibe im Herzen Europas.

1.8.4 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Welche Bedeutung hat das Markennarrativ für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?

„Wien ist nicht nur ein wunderbarer Ort zum Leben, die Stadt bietet mir auch beruflich eine Vielfalt an Möglichkeiten. Es liegt an mir, dass ich etwas aus den Möglichkeiten mache, die mir die Stadt bietet.“

Daraus ergeben sich die Schlüsselbotschaften an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

Wir leisten gute Arbeit für die Wiener Bevölkerung, verbessern unsere Angebote laufend und tragen so zur Erhaltung der Lebensqualität bei.

Die vielfältigen Jobmöglichkeiten der Stadt bieten dir sinnstiftende Tätigkeiten und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten.

Du bist Teil einer größeren Sache.

Die Stadt Wien ist die größte Arbeitgeberin der Bundeshauptstadt und eine der größten Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber Österreichs. Hier kannst du die Zukunft Wiens aktiv mitgestalten.

Mach was aus den Möglichkeiten, die dir die Stadt bietet!

Die Stadt Wien als Arbeitgeberin kann auf deine individuelle Lebenssituation Rücksicht nehmen. Sie ermöglicht flexibles Arbeiten und in der Wien Akademie die Chance zur Aus- und Weiterbildung.

1.9 Sprachstil

Die Sprache der Stadt Wien folgt den Grundsätzen der leicht verständlichen Sprache.

Die Ausführungen auf dieser Seite sind daher als Ergänzung zu verstehen. Sie gelten in erster Linie für die werbliche und öffentliche Kommunikation.

Das wichtigste Kriterium für die Sprache der Stadt Wien ist die Verständlichkeit. Nur wenn wir verstanden werden, können wir Informationen vermitteln. Deshalb schreiben und sprechen wir einfach, klar und präzise. In kurzen Sätzen. Mit einfachen Formulierungen. Und leicht verständlichen Wörtern.

Wir begegnen allen Menschen freundlich und auf Augenhöhe. Wir behandeln alle gleich und gleich wertschätzend. Wir agieren service- und lösungsorientiert, suchen nicht nach Ausflüchten. Ganz im Sinne eines professionellen, modernen Dienstleisters.

Diese Haltung kommt auch in unserer Sprache zum Ausdruck. Sie ist durch folgende Eigenschaften gekennzeichnet:

- **Leicht verständlich und klar.**
- **Transparent und offen.**
- **Freundlich und charmant.**
- **Der Situation und dem Anlass entsprechend.**
- **Generell per Sie.**
Nur in der werblichen Kommunikation teilweise auch per du.

- **Nicht im Wiener Dialekt, vereinzelt aber mit typisch Wienerischen Begriffen.**
Einen besonderen Stellenwert hat dabei das Wort „leiwand“. Es ist Teil des Slogans (siehe Kapitel 1.10). Und verleiht unserer Sprache einen eigenen Charakter. Vor allem in der Werbung und in der öffentlichen Kommunikation.

Passend zum Wiener Schmah und Wiener Charme geben wir uns im Auftritt freundlich, locker, mit Augenzwinkern und nicht immer nur ernst. Aber stets respektvoll und seriös, der Situation der Kommunikation und unserem Gegenüber angepasst.

Gleichzeit agieren wir empathisch, verständnisvoll, sozial, inklusiv und tolerant.

2 Designkonzept

-
- 2.1 Der Mensch in der Mitte
 - 2.2 Das Wappen als Ausgangspunkt
 - 2.3 Visuelle Sprache
 - 2.4 Übersicht



2.1 Der Mensch in der Mitte

Basierend auf der Markenidee wurde ein Designkonzept entwickelt, das den Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Ein einfaches, nahes, verständliches und auf den Menschen ausgerichtetes Design.



Der Mensch in der Mitte

2.2 Das Wappen als Ausgangspunkt

Der Startpunkt des Systems liegt im Wappen. Das System wächst aus dem Wappenschild heraus und schafft einen dynamischen Raum, in dem die Stadt und ihre BürgerInnen kommunizieren.

Typografie



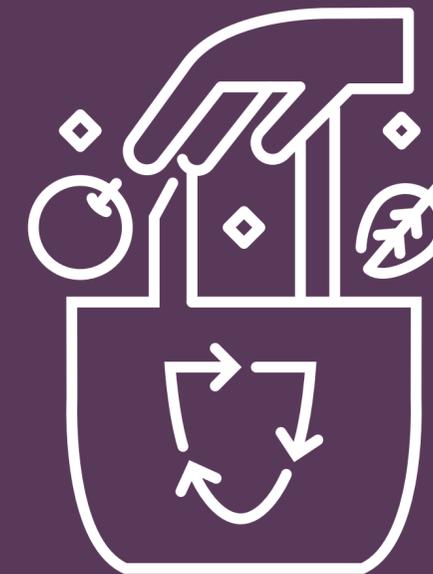
Piktogramme



Expressives Wappen



Illustration



2.3 Visuelle Sprache

Die Formen des Wappens dienen als Ausgangspunkt, um verschiedene Grundelemente zu schaffen. Auf diese Weise entsteht ein logisches, einheitliches und erkennbares Design.



Logo



Fotografie



Expressives Wappen



Anwendungsbeispiel

Illustration



Gestaltungsprinzip

**Willkommen
Wienerinnen
und Wiener**

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet.
Essunt facil ium et facia simusciet



Stadt Wien

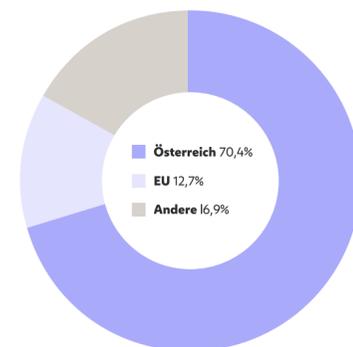
Typografie

**Der Mensch
in der Mitte.**

Piktogramme



Informationsgrafik



3 Grundelemente

-
- 3.1 Logo
 - 3.2 Farben
 - 3.3 Typografie
 - 3.4 Fotografie
 - 3.5 Piktogramme
 - 3.6 Illustration
 - 3.7 Informationsgrafik
 - 3.8 Expressives Wappen

Übersicht der Grundelemente

Acht grundlegende Elemente in unterschiedlichen Kombinationen liefern einen einzigartigen „Look & Feel“ für die Kommunikation der Stadt Wien.

Es ist wichtig, dass jedes dieser Elemente konsequent eingesetzt wird. Dieses Kapitel gibt einen Überblick über die Verwendung der Grundelemente.

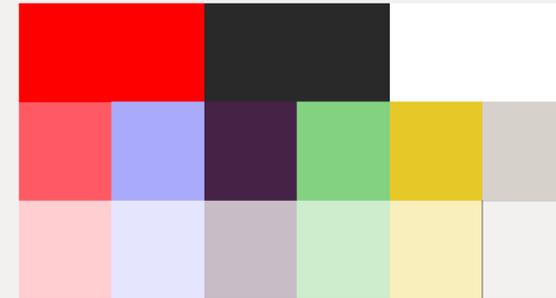
Logo



Symbol



Farben



Typografie

Aa Aa Aa

Wiener Melange Extrabold
Wiener Melange Bold
 Wiener Melange Regular

Fotografie



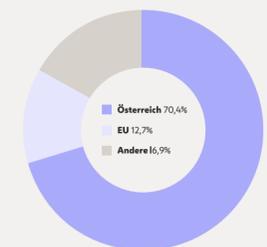
Piktogramme



Illustration



Informationsgrafik



Expressives Wappen



3.1

Logo

-
- 3.1.1 Unser Logo
 - 3.1.2 Aufbau und Proportion
 - 3.1.3 Freiraumregelung
 - 3.1.4 Logo und Wappen
 - 3.1.5 Mindestgröße
 - 3.1.6 Logoanwendung
 - 3.1.7 Logo-Mechanik
 - 3.1.8 Digitale Anwendungen
 - 3.1.9 Motionlogo
 - 3.1.10 Sprachversionen
 - 3.1.11 Land Wien

3.1.1 Unser Logo

Das Stadt Wien Logo ist eines der Kernelemente unserer visuellen Identität. Es ist gestaltet worden, um unserer Marke einen einzigartigen und wiedererkennbaren Auftritt zu gewährleisten.



Stadt
Wien

3.1.1 Unser Logo

Unser Logo besteht aus zwei Elementen: dem Wappen und der Wortmarke.



Wappen



Wortmarke

3.1.2 Aufbau und Proportion

Beide Elemente des Logos sind so aufeinander ausgerichtet, dass sie eine ausgewogene und harmonische Kombination darstellen, die sich skalieren und jedem Teil genügend Freiraum lässt.



3.1.3 Freiraumregelung

Um dem Logo genügend Freiraum zu gewährleisten, wurde die sogenannte Freiraumregelung definiert. Innerhalb dieser Zone darf sich kein weiteres grafisches oder fotografisches Element, das nicht ausdrücklich als Teil des Logos gestaltet wurde, befinden.

Die Freiraumregelung definiert automatisch den Mindestabstand des Logos zu jeglichem Format oder Rand, sei es onlineonline, in Druckwerken oder bei Produktionsanwendungen.



3.1.4 Logo und Wappen

Das Logo besteht aus zwei Elementen, der Wortmarke und dem Wappen.

Wir sprechen gemeinhin vom „Logo“, wenn beide Teile gemeint sind.

Im Normalfall wird die Stadt Wien immer durch das Logo identifiziert.

Für bestimmte Anwendungen, bei denen es entweder darum geht Platz zu sparen oder der Größendarstellung Grenzen gesetzt sind, kann auch das Wappen einzeln angewendet werden.

Logo



Anwendungsbereich:

- Als Identifikator
- Offizielle Dokumente
- Geschäftsdrucksorten

Wappen Symbol der Stadt



Anwendungsbereich:

- Digitale Anwendungen
- Merchandising
- Anwendung auf beschränktem Platz

3.1.5 Mindestgröße

Das Logo kann in jeder Größe dargestellt werden, jedoch nicht kleiner als 10 Millimeter breit für Druckanwendungen und nicht kleiner als 50 Pixel für digitale Anwendungen.

Mindestgröße für Druckmaterialien



10 mm

Mindestgröße für digitale Anwendungen



50 px

3.1.6 Logoanwendung

Die Standardanwendung des Logos ist zweifarbig Rot/Schwarz auf weißem oder hellem Hintergrund.

Das Kreuz in der Mitte des Wappens ist transparent, das heißt, es übernimmt die Farbe des Hintergrunds.

Die Negativ-Version wird für Sekundäranwendungen oder für bestimmte Fälle entsprechend den Regeln des Literatursystems verwendet.

1. Logo auf weißem Hintergrund

2. Logo auf leichtem nebelgrauen Hintergrund

3. Logo auf einem leichten Sekundärfarbe-Hintergrund

4. Weißes Logo auf einer Sekundärfarbe

5. Logo auf einem fotografischen Hintergrund

6. Weißes Logo auf einem fotografischen Hintergrund

1.



2.



3.



4.



5.



6.



3.1.7 Logo-Mechanik

Wie zuvor im Markenstrategie-Teil dieses Manuals erwähnt, wurden für die Darstellung der einzelnen Magistrate Prinzipien definiert, die den unterschiedlichen Bedürfnissen und Gewichtungen Rechnung tragen. Diese Prinzipien bestimmen das Verhältnis der Fachabteilungen und Einheiten zur Kernmarke Stadt Wien. Es sind daher drei Abstufungen definiert worden, die jeweils vorgeben, wie das Dachmarkensystem anzuwenden ist.

Orbit 1

Monolithisch „Stadt Wien“
mit Bezeichnung der Dienststelle

Orbit 2

Zeitlich befristetes Co-Branding
(einzelne Dienststellen-Ausnahmen
sowie Projekte und Initiativen)

Orbit 3

Gestützt. Zeitlich befristeter Zusatz:
„Für die Stadt Wien“
(Unternehmen, Fonds und Holding)

Orbit 3



Orbit 2



Orbit 1



Kernmarke

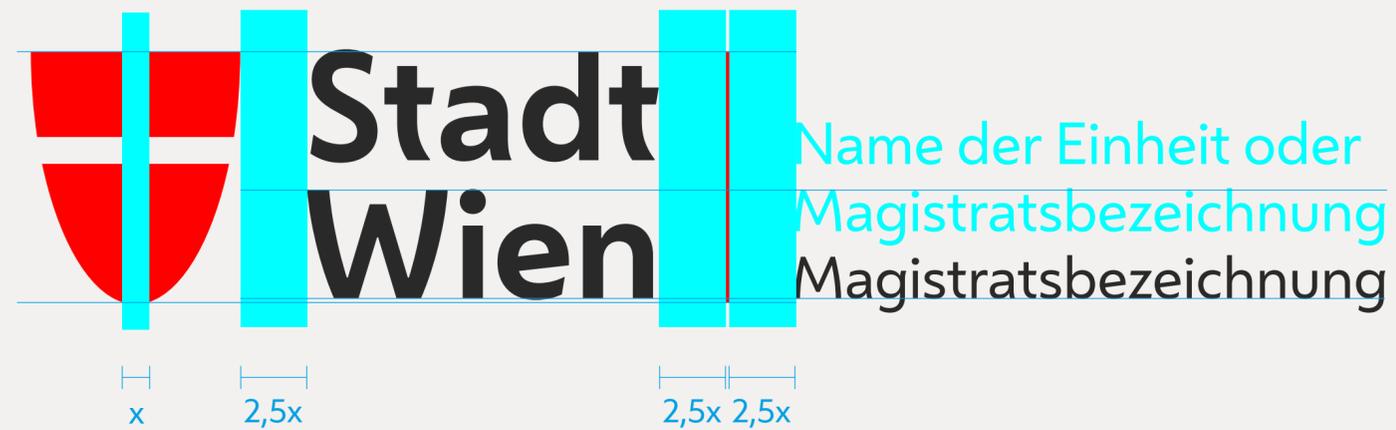


3.1.7 Logo-Mechanik Orbit 1
Abstand und Proportion

Für den Orbit 1 wurde Raum für einen typografischen Zusatz (Deskriptor) definiert, der den Namen oder die Bezeichnung der Dienststelle trägt.

Die Magistratsbezeichnung kann bis zu drei Zeilen beanspruchen.

Abhängig vom Namen der jeweiligen Dienststelle kann die Logo-Kombination kürzer oder länger ausfallen.



Einsatzbeispiele für Orbit 1

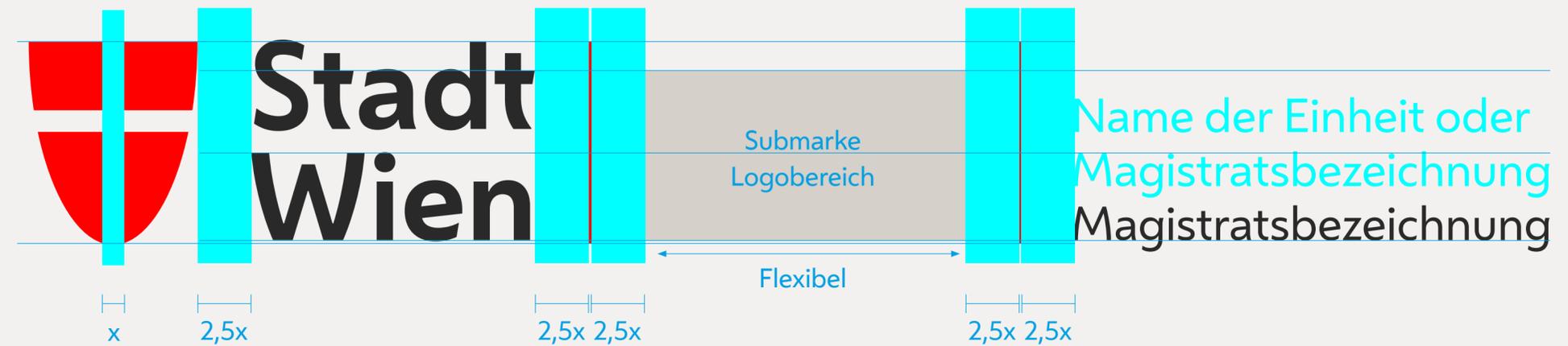


3.1.7 Logo-Mechanik Orbit 2
Abstand und Proportion

Für den Orbit 2 wurde Raum für ein grafisches Element (Logo) und einen typografischen Zusatz (Deskriptor) definiert, der den Namen der Magistratsabteilung trägt. Die Magistratsbezeichnung kann bis zu drei Zeilen beanspruchen.

Abhängig vom Namen der Magistratsabteilung kann die Logo-Kombination kürzer oder länger ausfallen.

Diese Lösung ist zeitlich befristet und trifft auf einzelne Dienststellen zu, die Ausnahmen im System sind.



Einsatzbeispiele für Orbit 2

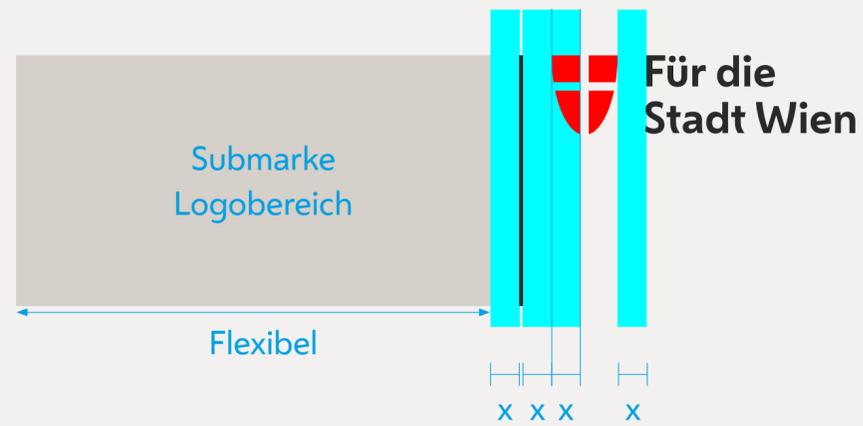


**3.1.7 Logo-Mechanik Orbit 3
Abstand und Proportion**

Der Orbit 3 zeichnet sich durch ein einfaches Zusatz-System (Endorsement) aus. Das heißt, dass die verschiedenen Unternehmen, Fonds und Holdings von der Stadt Wien visuell „gestützt“ werden. Dafür wurde der Textzusatz „Für die Stadt Wien“ definiert, der zusammen mit dem Wappen angewendet wird.

Dieses „Endorsement“ wird mit dem jeweiligen Logo kombiniert und durch eine Linie getrennt.

Diese Lösung wird in all den Fällen angewendet, bei denen dieses Prinzip bereits in Anwendung ist.



Einsatzbeispiele für Orbit 3



3.1.8 Digitale Anwendungen Social Media Icons – Kernmarke

Für die Kommunikation in den verschiedenen Social Media Netzwerken und Plattformen wird die Stadt Wien mit der Darstellung des kompletten Logos identifiziert.

Facebook Profilbild



180 x 180px

Thumbnail
32 x 32px



Twitter Profilbild



200 x 200px

Thumbnail
73 x 73px



Instagram Profilbild



180 x 180px

Thumbnail
40 x 40px



YouTube Profilbild



800 x 800px

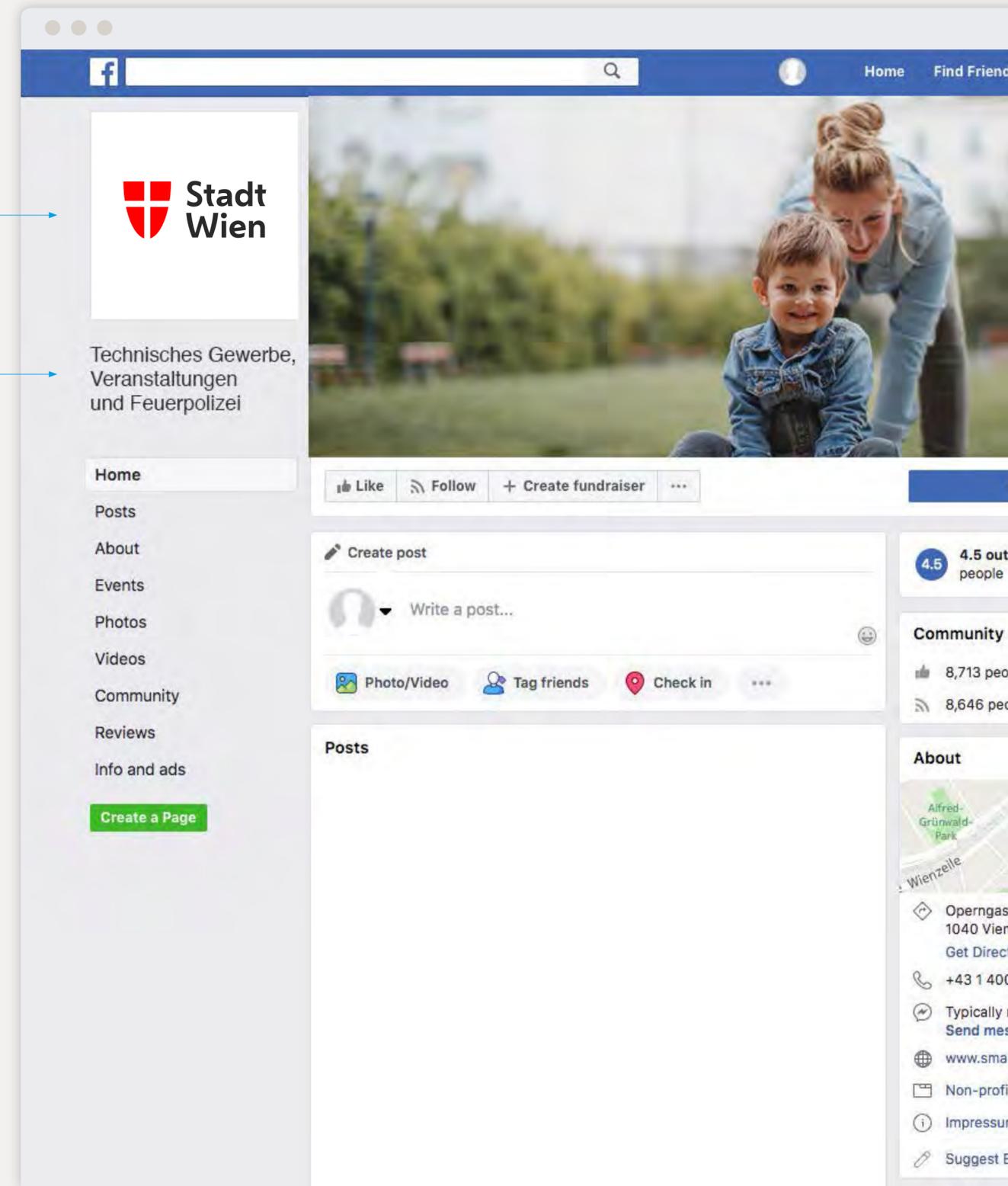
Thumbnail
98 x 98px



3.1.8 Digitale Anwendungen Social Media Icons – Orbit 1

Die optimale Gestaltung für Social Media Icons wurde hier definiert.

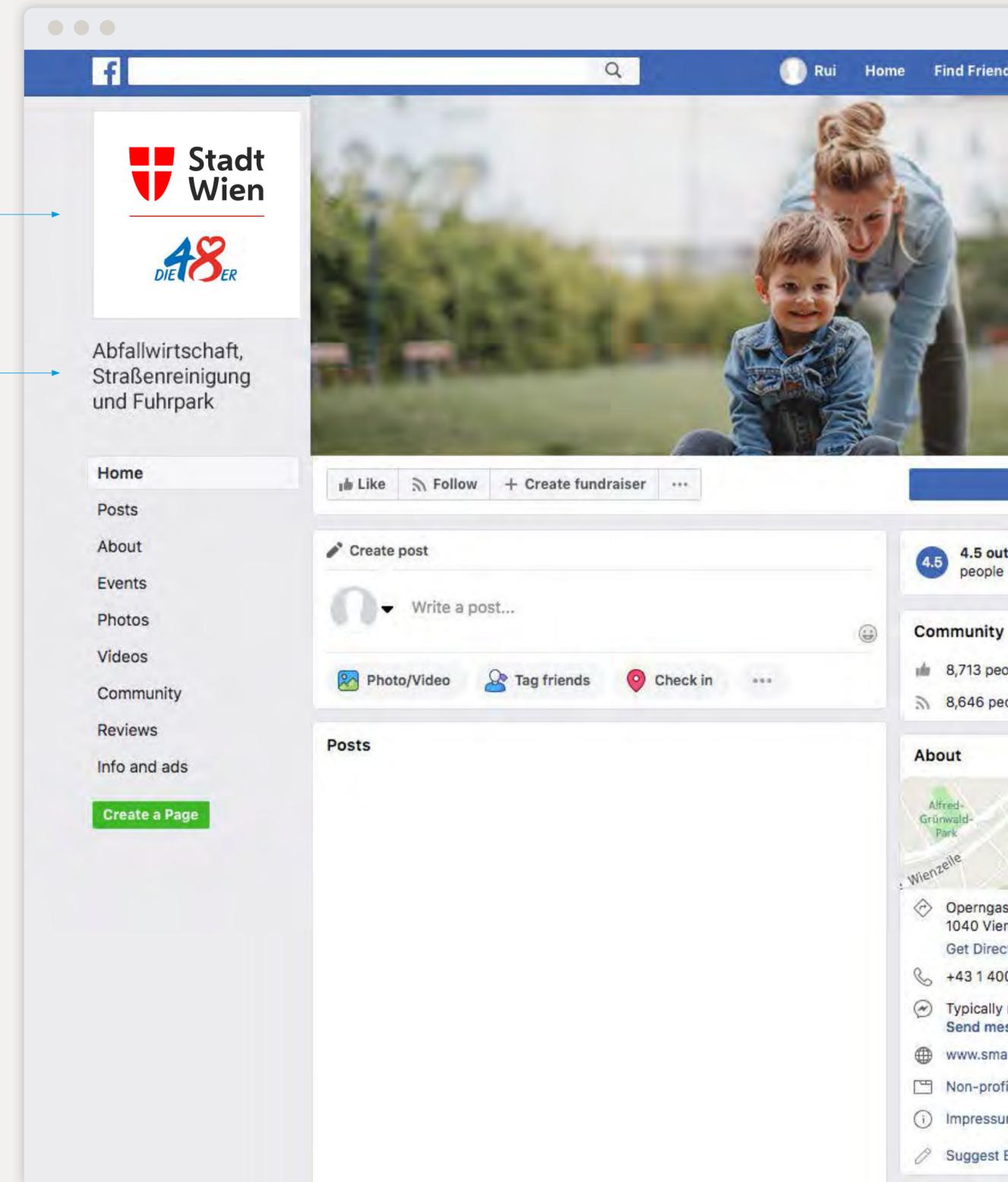
Facebook Profilbild Aufbau Orbit 1



3.1.8 Digitale Anwendungen Social Media Icons – Orbit 2

Die optimale Gestaltung für Social Media Icons wurde hier definiert.

Facebook Profilbild Aufbau Orbit 2



3.1.8 Digitale Anwendungen Social media icons – Orbit 2

Die optimalen Größen für Social Media Icons wurden hier definiert.

Facebook Profilbild



180 x 180px

Twitter Profilbild



200 x 200px

Thumbnail
32 x 32px



Thumbnail
73 x 73px

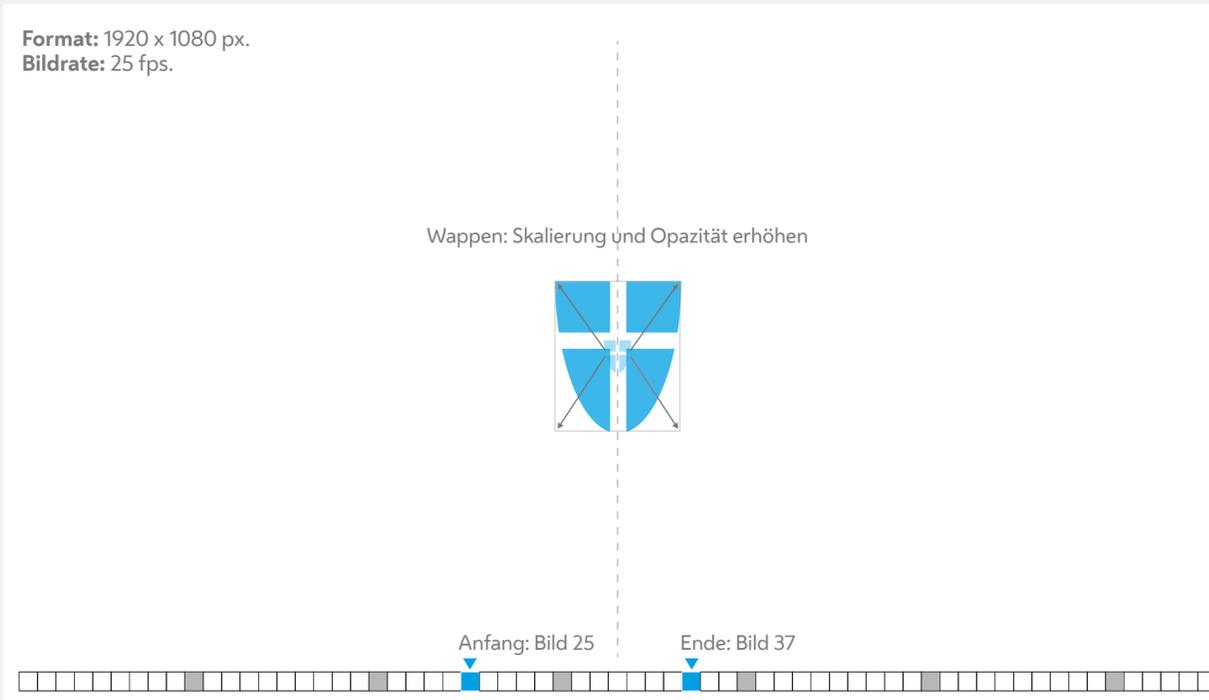


3.1.9 Motionlogo

Ausgehend vom Audiologo wurde das Konzept für das Motionlogo entwickelt.

Die Abfolge der Bewegung ist sehr einfach gehalten und konzentriert sich auf eine klare und selbstbewusste Darstellung der Stadt Wien, die keine überflüssigen oder oberflächlichen Effekte benötigt.

Diese animierte Version wird zur Kennzeichnung der verschiedenen Videomaterialien und sonstigen audiovisuellen Anwendungen verwendet. Das Motionlogo ist beim Presse- und Informationsdienst (PID) erhältlich.

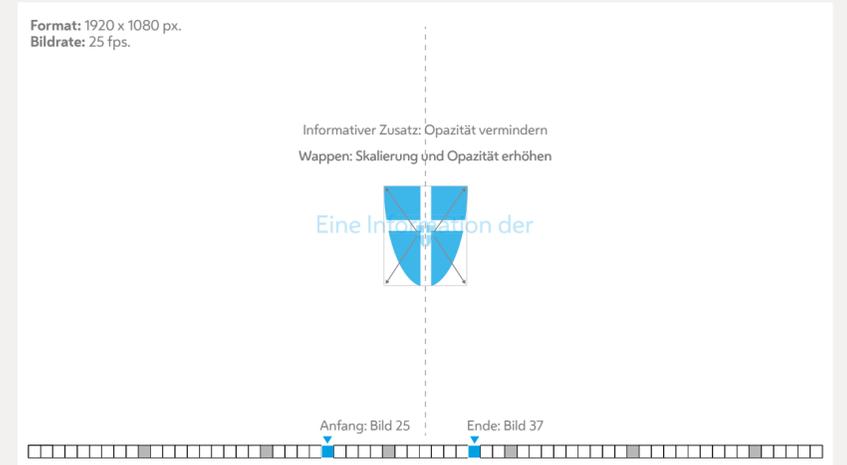
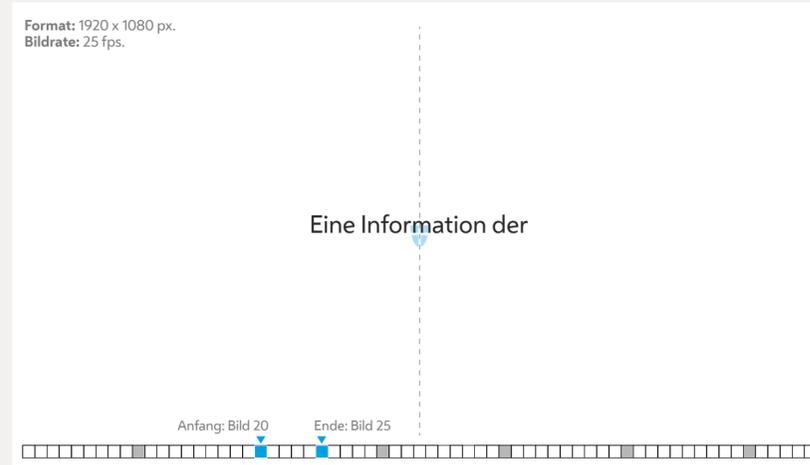
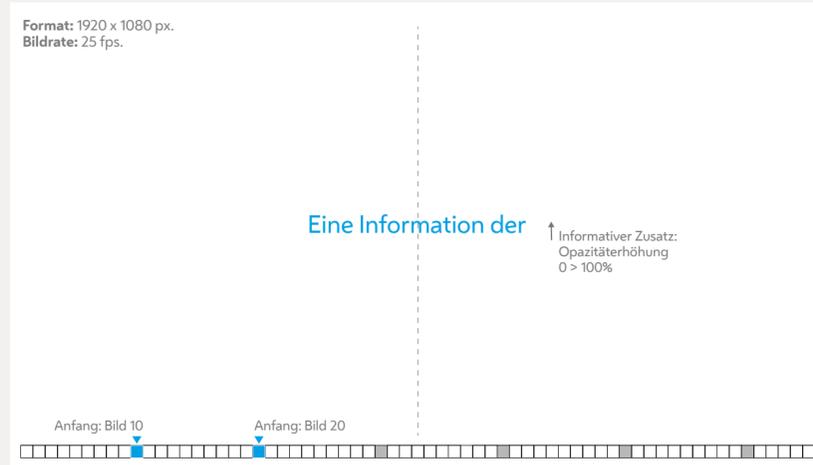


3.1.9 Motionlogo Mit informativem Zusatz

Ausgehend vom Motionlogo wurde eine Version entwickelt, die einen informativen Zusatz umfasst.

Die Abfolge der Bewegung ist sehr einfach gehalten und konzentriert sich auf eine klare und selbstbewusste Darstellung der Stadt Wien, die keine überflüssigen oder oberflächlichen Effekte benötigt.

Diese animierte Version wird zur Kennzeichnung der verschiedenen Videomaterialien und sonstigen audiovisuellen Anwendungen verwendet. Das Motionlogo ist beim Presse- und Informationsdienst (PID) erhältlich.



3.1.10 Sprachversionen

Das Logo der Stadt Wien steht in drei Sprachversionen zur Verfügung. Die deutsche Sprachversion wird für den Großteil aller Anwendungen verwendet. Die englische und französische Version sind Ausnahmen und werden ausschließlich in der internationalen Kommunikation eingesetzt.

Kernmarke



Englisch



Französisch



3.1.11 Land Wien

Das Land Wien bedient sich derselben visuellen Gestaltungselemente wie die Stadt Wien.

Das Logo des Landes Wien ist im Grundaufbau mit dem der Stadt identisch.

In Ausnahmefällen bei internationaler Kommunikation, kann die englische Version eingesetzt werden.

Land Wien



Englische Version



3.2 Farben

-
- 3.2.1 Primäre Farbpalette
 - 3.2.2 Die Farben der Stadt
 - 3.2.3 Sekundäre Farbpalette
 - 3.2.4 Farbpalette
 - 3.2.5 Farbanwendung

3.2.1 Primäre Farbpalette

Wien Rot

Rot ist die Erkennungsfarbe der Stadt Wien.

Die Farbe ist historisch mit der Stadt verbunden und findet ihren Hauptausdruck im roten Wappen der Stadt. Auf diese Weise ist das Wappen als grafisches Symbol immer klar erkennbar und erzielt die gewünschte Aufmerksamkeit.

Rot wird jedoch nicht vollflächig eingesetzt.

Fast Schwarz

Diese Farbe sorgt dafür, dass der Text immer klar identifiziert und lesbar ist.

Wien Rot

PMS	485C
CMYK	0 100 100 0
RGB	255 0 0
HEX	#FF0000
RAL	3028
AVERY	925

Fast Schwarz

PMS	447C
CMYK	0 0 0 95
RGB	41 41 41
HEX	#292929
RAL	7021
AVERY	901

3.2.2 Die Farben der Stadt

Inspiziert von der Stadt selbst, stellt die Farbpalette die Vielfalt Wiens dar und trägt dazu bei, die Kommunikation lebendig, attraktiv und dynamisch zu halten.



3.2.3 Sekundäre Farbpalette

Die Farbpalette besteht aus einer Serie von Farbtönen, die im Kontrast, Intensität und Leuchtkraft aufeinander abgestimmt sind. Sie ergänzen sich und bilden zusammen eine einzigartige und wiedererkennbare Farbkombination.

Morgenrot

PMS	2346C
CMYK	0 70 55 0
RGB	255 90 100
HEX	#FF5A64
RAL	3017
AVERY 900*	185C

Flieder

PMS	3558C
CMYK	45 35 0 0
RGB	170 170 250
HEX	#AAAAFA
RAL	4005
AVERY 900*	279C

Abendstimmung

PMS	520C
CMYK	70 95 30 10
RGB	70 35 70
HEX	#462346
RAL	4007
AVERY	948

Frischgrün

PMS	2255C
CMYK	50 0 50 0
RGB	130 210 130
HEX	#82D282
RAL	6024
AVERY 900*	340C

Goldgelb

PMS	458C
CMYK	5 5 80 5
RGB	230 200 40
HEX	#E6C828
RAL	1012
AVERY	972

Nebelgrau

PMS	Warm Grey 1C
CMYK	6 7 10 11
RGB	214 209 202
HEX	#D6D1CA
RAL	9002
AVERY	961

3.2 Farbe

Wien Rot

PMS	485C
CMYK	0 100 100 0
RGB	255 0 0
HEX	#FF0000
RAL	3028
AVERY	925

Fast Schwarz

PMS	447C
CMYK	0 0 0 95
RGB	41 41 41
HEX	#292929
RAL	7021
AVERY	901

Weiß

CMYK	0 0 0 0
RGB	255 255 255
HEX	#FFFFFF
RAL	9010
AVERY	900

3.2.4 Farbpalette

Das ist die komplette Farbpalette der Stadt Wien.

Weitere Farben sind in Orbit 1 und 2 nicht gestattet.

Einzelne Dienststellen des Orbit 2 können über einen befristeten Zeitraum auf eine eigene Farbpalette zurückgreifen.

Morgenrot

PMS	2346C
CMYK	0 70 55 0
RGB	255 90 100
HEX	#FF5A64
RAL	3017
AVERY 900	185C

Flieder

PMS	3558C
CMYK	45 35 0 0
RGB	170 170 250
HEX	#AAAAFA
RAL	4005
AVERY 900	279C

Abendstimmung

PMS	520C
CMYK	70 95 30 10
RGB	70 35 70
HEX	#462346
RAL	4007
AVERY	948

Frischgrün

PMS	2255C
CMYK	50 0 50 0
RGB	130 210 130
HEX	#82D282
RAL	6024
AVERY 900*	340C

Goldgelb

PMS	458C
CMYK	5 5 80 5
RGB	230 200 40
HEX	#E6C828
RAL	1012
AVERY	972

Nebelgrau

PMS	Warm Grey 1C
CMYK	6 7 10 11
RGB	214 209 202
HEX	#D6D1CA
RAL	9002
AVERY	961

Morgenrot Leicht

PMS	30% 2346C
CMYK	0 20 15 0
RGB	255 206 209
HEX	#FFCED1
RAL	30%
AVERY*	

Flieder Leicht

PMS	30% 3558C
CMYK	15 10 0 0
RGB	230 229 254
HEX	#E6E5FE
RAL	30% 4005
AVERY*	

Abendstimmung Leicht

PMS	30% 520C
CMYK	10 20 0 0
RGB	199 189 199
HEX	#C7BDC7
RAL	30% 4007
AVERY*	

Frischgrün Leicht

PMS	30% 2255C
CMYK	15 0 25 0
RGB	205 237 205
HEX	#CDEDCD
RAL	30% 6024
AVERY*	

Goldgelb Leicht

PMS	30% 458C
CMYK	2 2 25 0
RGB	248 239 189
HEX	#F8EFBD
RAL	30% 1012
AVERY*	

Nebelgrau Leicht

PMS	30% Warm Grey 1C
CMYK	4 4 5 0
RGB	243 241 239
HEX	#F3F1EF
RAL	30% 9002
AVERY*	

PMS (Pantone Match System):

Für Schmuckfarben und verbindliche

Farbwiedergabe im Druckbereich

CMYK: Vierfarbdruck

RGB: Bildschirmfarben

HEX: Webbasierte Anwendungen

RAL: Standardfarben für Industrielacke

AVERY DENNISON: Folienfarbtöne

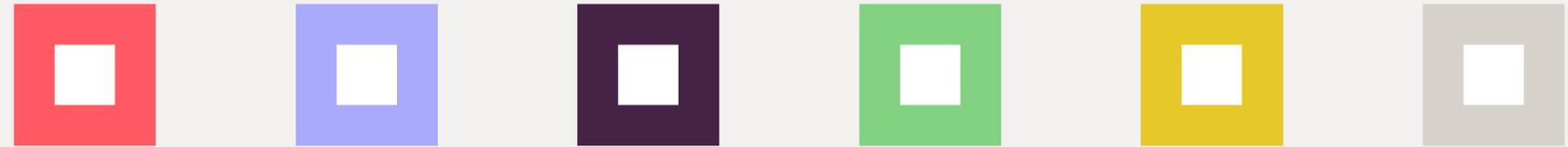
* Avery Dennison als einer der internationalen Standard-Folienhersteller stimmt seine Folienfarbtöne auf die Grundfarbtöne von Pantone ab. Deshalb gibt es nicht für alle Abstufungen Folienspezifikationen. Sollten diese Farben benötigt werden, müssen diese im Digitaldruck wiedergegeben werden.

3.2.5 Farbanwendung

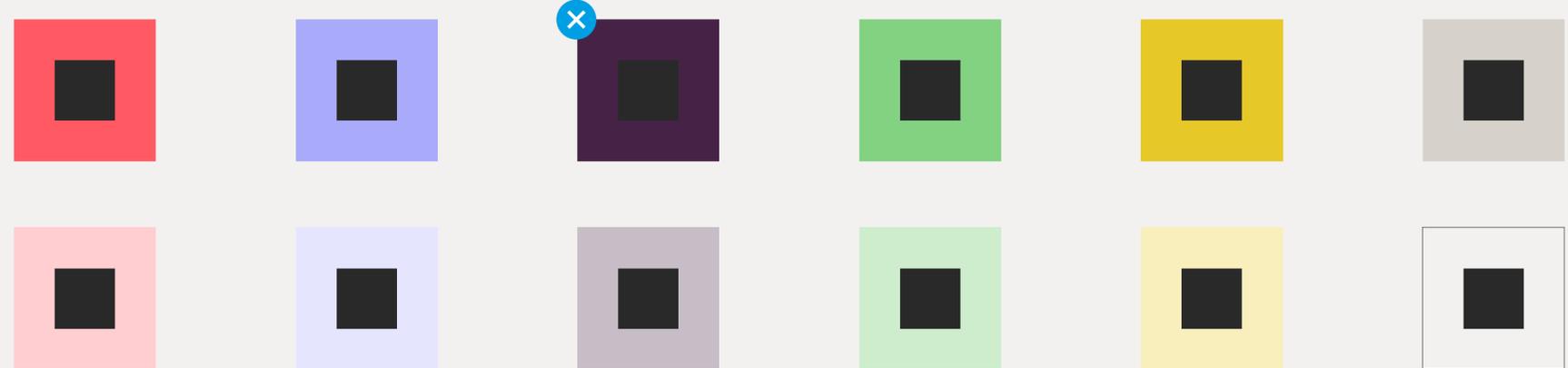
Hier werden die Spezifikationen und möglichen Farbkombinationen für eine korrekte Farbanwendung gezeigt.

1. Weiß über einem Sekundärfarbe-Hintergrund

! Diese Anwendung gilt nur für Druckmaterialien. Für digitale „acesible“ Anwendungen darf man kein Weiß über einem Sekundärfarbe-Hintergrund benutzen.



2. Fast Schwarz über einem Sekundärfarbe-Hintergrund oder über einer Farbastufung



3. Zweiton. Farbabstufung über einer Sekundärfarbe

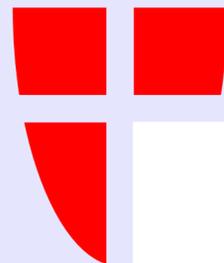


4. Negativbeispiele



3.2.5 Farbanwendung

Wird die Farbpalette der Stadt Wien korrekt angewendet, ergibt sich ein frisches und dynamisches Erscheinungsbild, das jedem Gestaltungselement eine tragende Rolle zuteilt.



**Der Mensch
in der Mitte.**



3.3 Typografie

3.3.1 Einführung zur Stadt Wien Schrift

3.3.2 Schriftschnitte

3.3.3 Anwendung

3.3.4 Typografische Anmerkungen

3.3.5 Typografie-Anwendung

3.3.6 Ersatzschrift

3.3.1 Einführung zur Stadt Wien Schrift

Typografie ist eines der effektivsten und wirkungsstärksten Gestaltungselemente eines Corporate Design Systems. Um die Wichtigkeit und Relevanz der Kommunikation der Stadt zu unterstreichen wurde eine eigene, völlig neue Schriftart für Wien gestaltet.

Die Stadt Wien bietet einen reichen Schatz an typografischer Inspiration, von den ornamentalen Buchstaben an der Secession, über charaktervolle Beschilderung von Cafes und Wirtshäusern, prominent platzierter Typografie an den Fassaden der Wohnhausanlagen, den Anzeigetafeln der Wiener Linien, bis hin zu den Bildschirmen und geradlinigen Orientierungssystem im modernen Stadtbild.

Die Wiener Melange, so der Name der Schriftfamilie, drückt die Eigenständigkeit und visuelle Verbindung zur Stadt aus.

Willkommen

Wienerinnen

und Wiener

3.3.1 Einführung zur Stadt Wien Schrift

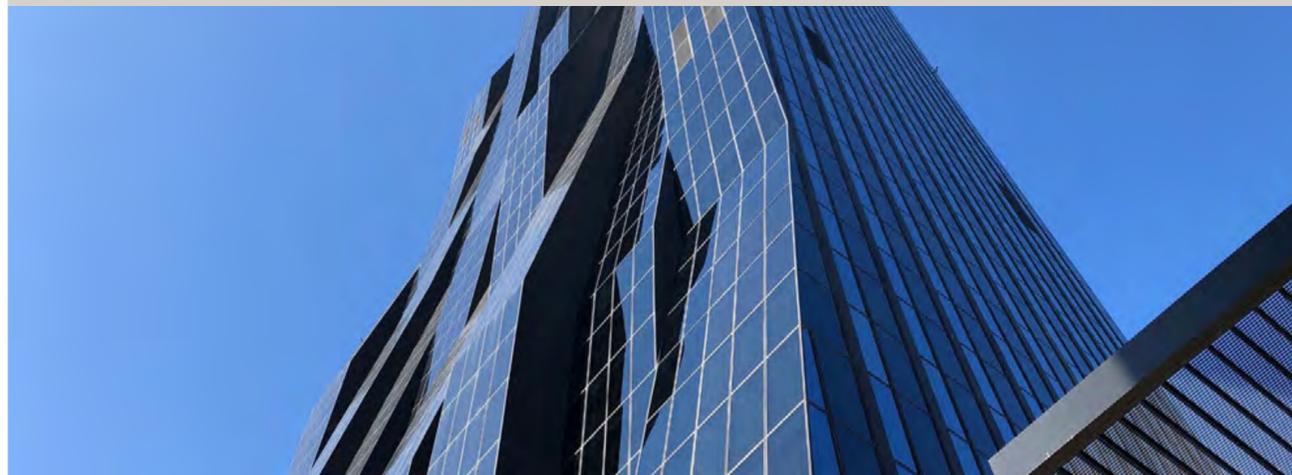
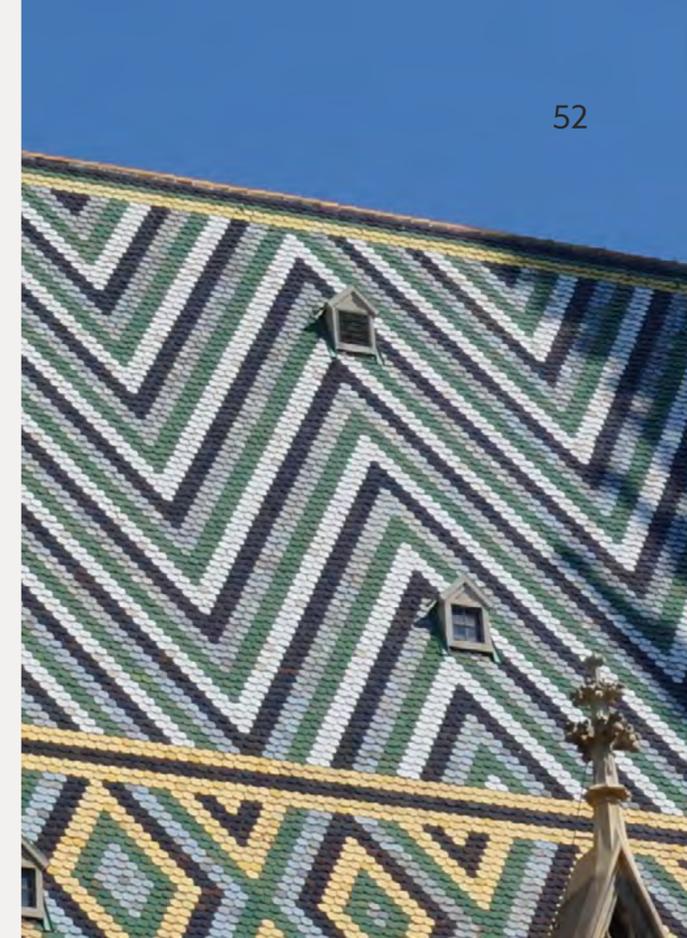
Der Charakter der Wiener Melange will diesen Gesamteindruck einfangen und auf individuelle Weise widerspiegeln.

Die Formensprache der Buchstaben wurde direkt durch das Wappen der Stadt inspiriert, dessen Form sich in den gebogenen Diagonalen erahnen lässt. Diese abgerundeten Striche, zusammen mit den offen und runden Buchstabenformen geben der Schrift einen warmen, und zugänglichen Ausdruck.

Die klassischen Proportionen der Großbuchstaben variieren in der Breite und erzeugen dadurch ein lebendiges und freundliches Schriftbild, selbst im Versalsatz. Die exakte Konstruktion und großen Innenräume der Buchstaben erzeugen auch noch in kleinen Graden eine hervorragende Lesbarkeit.

Außergewöhnliche Buchstaben wie das „lächelnde“ ‚e‘ und das Versal ‚W‘ geben der Schrift in jeder Anwendung eine deutliche Wiedererkennbarkeit.

Die Markenidee „Der Mensch in der Mitte“ bekommt durch die Wiener Melange ein ganz eigenes und wirkungsvolles Ausdrucksmittel.



3.3.2 Schriftschnitte

Wiener Melange Übersicht

Die Schriftfamilie umfasst drei gut ausgeglichene Schnitte, was den Einsatz im Text und in großen Graden gleichermaßen ermöglicht.

Sie wurde für die modernen Ansprüche der Bildschirmdarstellung optimiert. Das Design und die Produktion der OpenType Fonts entspricht modernsten Anforderungen, die Schriftformate sind optimiert für die Verwendung am Desktop, in Apps und im Web.

Wiener Melange ist eine Familie von drei Schnitten: Extrabold, Bold und Regular.

Regular eignet sich für längere Texte, Bold für mehr Betonung, während Extra Bold für Überschriften besser geeignet ist.

Wiener Melange Extrabold

Extrabold **ABCWien**

Wiener Melange Bold

Bold **ABCWien**

Wiener Melange Regular

Regular **ABCWien**

3.3.2 Schriftschnitte
Wiener Melange Extrabold

Wiener Melange Extrabold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Ä Ö Ü ß & & †
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ä ö ü ß & & †
01234567890 €
< > _ - – % . : , ; ? ! , ' , " # @ * © ® § ¶

3.3.2 Schriftschnitte
Wiener Melange Bold

Wiener Melange Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R

S T U V W X Y Z Ä Ö Ü ß & & ¶

a b c d e f g h i j k l m n o p q r

s t u v w x y z ä ö ü ß & & ¶

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 €

< > _ - – % . : , ; ? ! , , , " # @ * © ® § ¶

3.3.2 Schriftschnitte

Wiener Melange Regular

Wiener Melange Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R

S T U V W X Y Z Ä Ö Ü ß & & ¶

a b c d e f g h i j k l m n o p q r

s t u v w x y z ä ö ü ß & & ¶

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 €

< > _ - — % . : , ; ? ! ' " # @ * © ® § ¶

3.3.3 Anwendung

Fließtexte (Copytext) werden im neuen Erscheinungsbild der Stadt Wien mit der Wiener Melange Regular gesetzt, sowohl online als auch offline.

Bold dient der Gestaltung und Hervorhebung kürzerer Texte oder Zusammenfassungen, während Extrabold den großen Headlines und Überschriften vorbehalten ist.

Überschrift

Wiener Melange Extrabold

Überschrift in Extrabold

Untertitel

Wiener Melange Regular

Untertitel in Wiener Melange Regular.
Und immer in Fast Schwarz geschrieben.

Fließtext

Wiener Melange Regular

Der Fließtext soll in Wiener Melange Regular dargestellt werden.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, **pellentesque eu, pretium quis**, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.

Fließtext Akzent

Wiener Melange Bold

3.3.4 Typografische Anmerkungen

Nebenstehende Hinweise geben Hilfestellung für die korrekte Anwendung der Schrift.

Das Wappen wurde als Sonderzeichen in die Schriftfamilie integriert und ist somit jederzeit über die Tastenkombination abrufbar, wenn man „StadtWienWappen“ schreibt.

Als besonderes Gestaltungsmerkmal wurde für das Und-Zeichen ein alternatives Zeichen gestaltet, das bei Bedarf das Standardzeichen ersetzen und der typografischen Komposition mehr Persönlichkeit geben kann.

1. Zeilenabstand

Der optimale Zeilenabstand beträgt 20% der Versalhöhe.
z.B.: Größe 40pt
Zeilenabstand: 48pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis.

2. Textausrichtung

Texte sollten immer linksbündig gesetzt sein.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis.

3.3.5 Typografie-Anwendung

Beispiele, die zur korrekten Anwendung der Typografie inspirieren sollen.

Der Mensch in der Mitte.

Tradition und Moderne.

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae.



Vor der Tür und doch daheim.

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus ium sequi a voluptat volla di nonet ditiis min cone nonseri amenis maximi, cuptatur sa cum hillaborem volesci nihil ipis ditatur, que porrum aliae as cullita int aut



Toilette Toilet

3.3.6 Ersatzschrift**Lucida Sans (Windows)****Lucida Grande (Mac)**

Als Ersatzschrift wurde Lucida Sans Bold und Regular definiert.

Diese Ersatzschrift kommt immer dann zum Einsatz, wenn die Wiener Melange aus technischen oder operativen Gründen nicht angewendet werden kann. Dies ist insbesondere bei der E-Mail Kommunikation, Powerpoint-Anwendungen oder sonstigen Fällen möglich, bei denen Daten oder Dokumente mit Dritten geteilt werden müssen.

Lucida Sans ist eine Systemschrift und somit auf jedem Windows PC vorhanden.

Lucida Grande ist eine Systemschrift und somit auf jedem Mac Computer vorhanden.

Für externe Kommunikation jeglicher Art sollte die Ersatzschrift niemals verwendet werden.

Lucida Sans Bold

Lucida Sans Bold

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
01234567890:.&?!

Lucida Sans Regular

Lucida Sans Regular

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
01234567890:.&?!

3.4 Fotografie

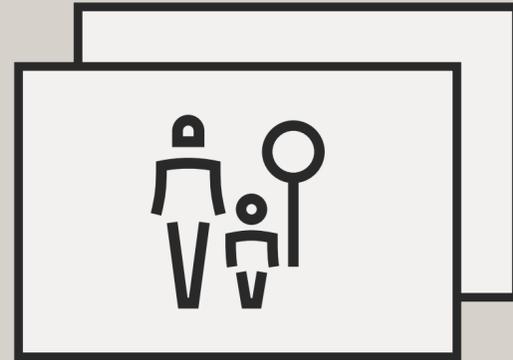
3.4.1 Bildkonzept

3.4.2 Bildinhalt

3.4.3 Bildstil

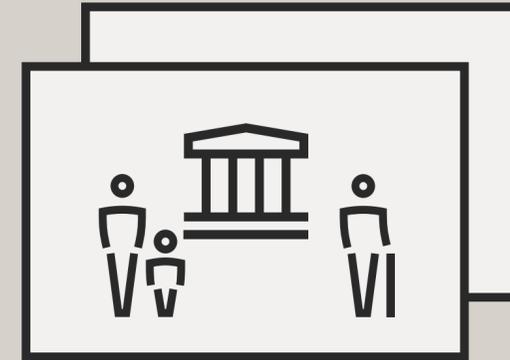
3.4 Auswahlkriterien Fotografie

1. Bildkonzept



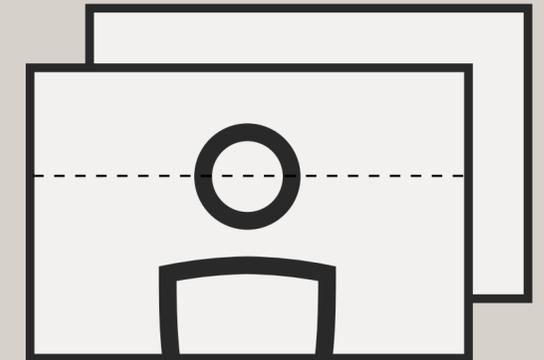
Die Fotografie muss konzeptionell auf unsere Markenidee ausgerichtet sein: Der Mensch in der Mitte.

2. Bildinhalt



Um unsere Markenidee bestmöglich in der Bildwelt zu repräsentieren, arbeiten wir mit 3 Kategorien von Bildinhalten.

3. Bildstil



Fotografische Merkmale, die uns bei der Auswahl eines Fotos helfen.

3.4.1 Bildkonzept

Die Fotografie muss konzeptionell auf unsere Markenidee ausgerichtet sein:
Der Mensch in der Mitte.

Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele.
Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden
Quellen oder AutorInnen.



3.4.1 Bildkonzept

**Fotografie
mit dem Mensch
im Mittelpunkt.**

**Echt & Ehrlich
Wärme & Nähe
Gefühle auslösen
Unerwartete Momente
Inspirierende
Umgebungen**

Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele.
Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden
Quellen oder AutorInnen.



3.4.2 Bildinhalt

Um unsere Markenidee bestmöglich in der Bildwelt zu repräsentieren, arbeiten wir mit 3 Kategorien von Bildinhalten.

A. Menschen. Auf Augenhöhe

B. Momente. Die Menschen inspirieren

C. Stadt. Für die Menschen gemacht

A. Menschen. Auf Augenhöhe



B. Momente. Die Menschen inspirieren



C. Stadt. Für die Menschen gemacht



Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele.
Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden
Quellen oder AutorInnen.

3.4.2 Bildinhalt
A. Menschen. Auf Augenhöhe

Portraits
Eine direkte
menschliche Verbindung.
Auf Augenhöhe.



Echte Menschen
Ausdrucksstarke Menschen.
Reale Umgebungen.



Die Stadt entdecken
Realistische,
alltägliche Momente.



Urbane Bewegung
Menschen in Bewegung.



Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele.
Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden
Quellen oder AutorInnen.

3.4.2 Bildinhalt

A. Menschen. Auf Augenhöhe

Nahe an der Natur

Im Kontakt mit der Natur.
Langsamkeit.

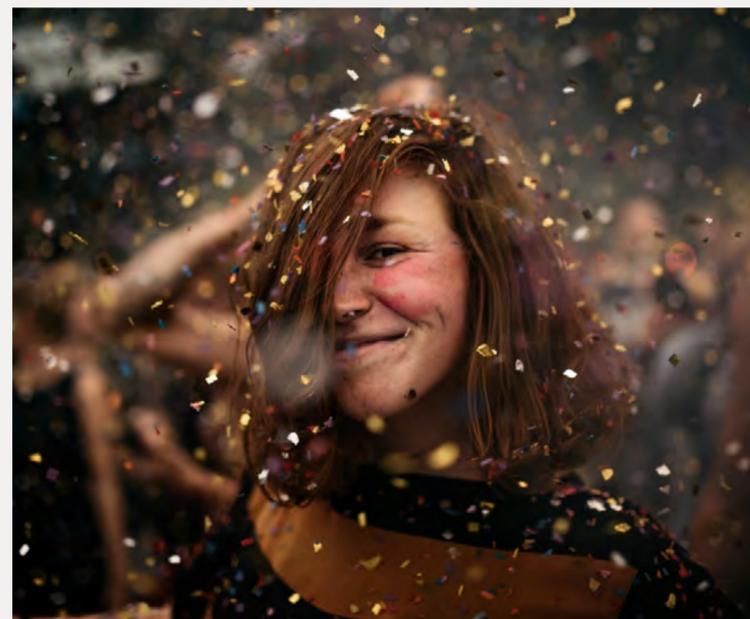


Das gute Leben

Hohe Lebensqualität.
Gesunder Lebensstil.

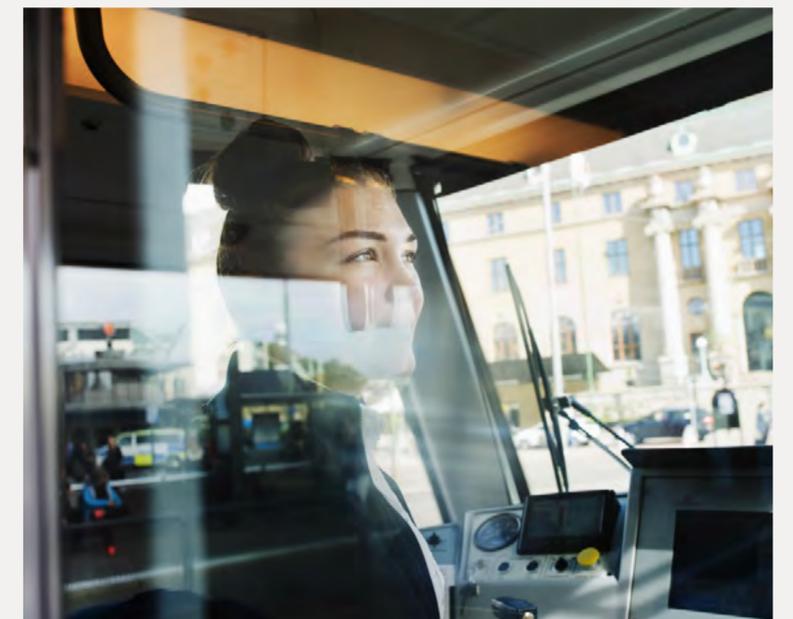


Kultur und Kreativität



Hinter den Kulissen

Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter.



Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele.
Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden
Quellen oder AutorInnen.

3.4.2 Bildinhalt
B. Momente.
Die Menschen inspirieren

Glücksmomente
Momentaufnahmen



Momente der Schönheit
Intim und inspirierend.



Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele.
Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden
Quellen oder AutorInnen.

3.4.2 Bildinhalt
C. Stadt

Eine soziale Stadt
Eine Stadt, die ihre
BewohnerInnen schätzt.



Eine Stadt der Schönheit
Ein schöner Ort zum Leben.



Tradition und Moderne



Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele.
Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden
Quellen oder AutorInnen.

3.4.3 Bildstil

Fotografische Merkmale die uns bei der Auswahl eines Fotos helfen.

Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele. Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden Quellen oder AutorInnen.



3.4.3 Bildstil

Fotografische Merkmale, die uns bei der Auswahl eines Fotos helfen.

A. Augenhöhe

Alle Bilder haben eine Perspektive auf Augenhöhe mit dem Menschen

- ✗ Nicht von oben.
Nicht von unten.



B. Bildtemperatur

Eine natürliche, echte Temperatur

- ✗ Nicht zu warm.
Nicht zu kühl.



Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele. Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden Quellen oder AutorInnen.

3.4.3 Bildstil

Fotografische Merkmale, die uns bei der Auswahl eines Fotos helfen.

C. Farbe

Eine natürliche, echte Farbe

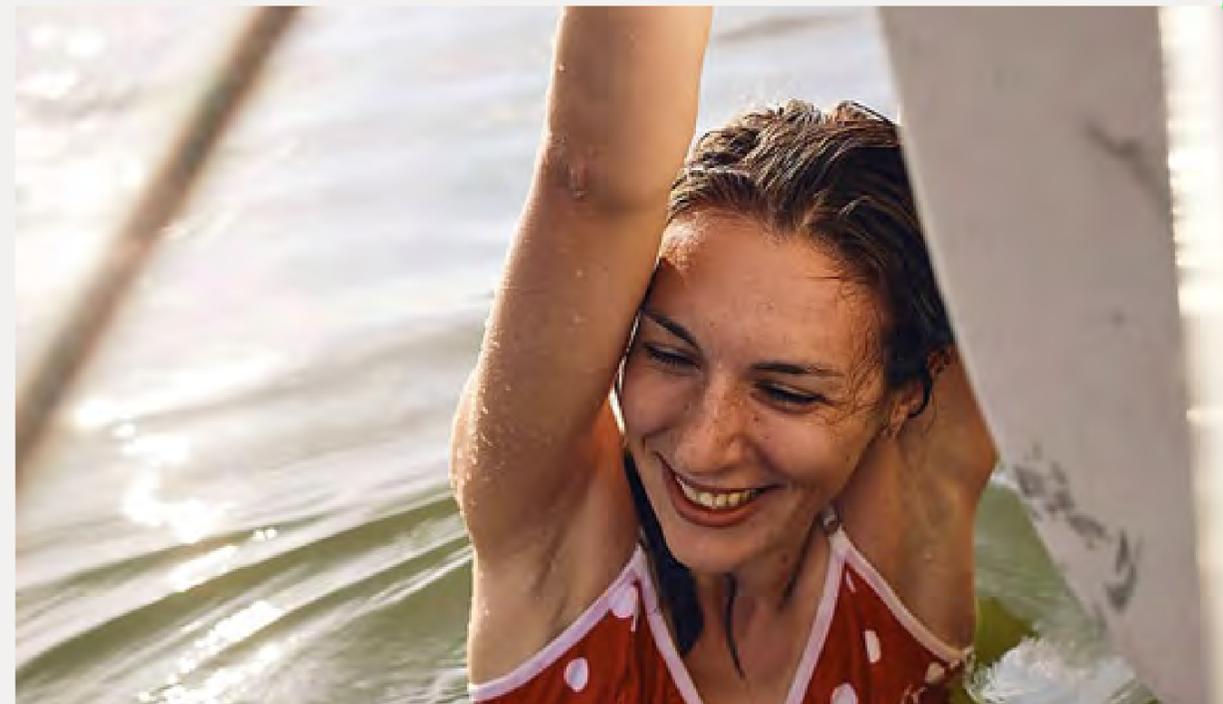
- ✘ Nicht zu blass.
Nicht zu saturiert.



D. Licht.

Ein cineastisches Licht

- ✘ Keine hohe Sonneneinstrahlung.
Kein Kunstlicht.



Bitte beachten:

Die Bilder auf dieser Seite dienen als Beispiele. Die Bildrechte liegen bei den entsprechenden Quellen oder AutorInnen.

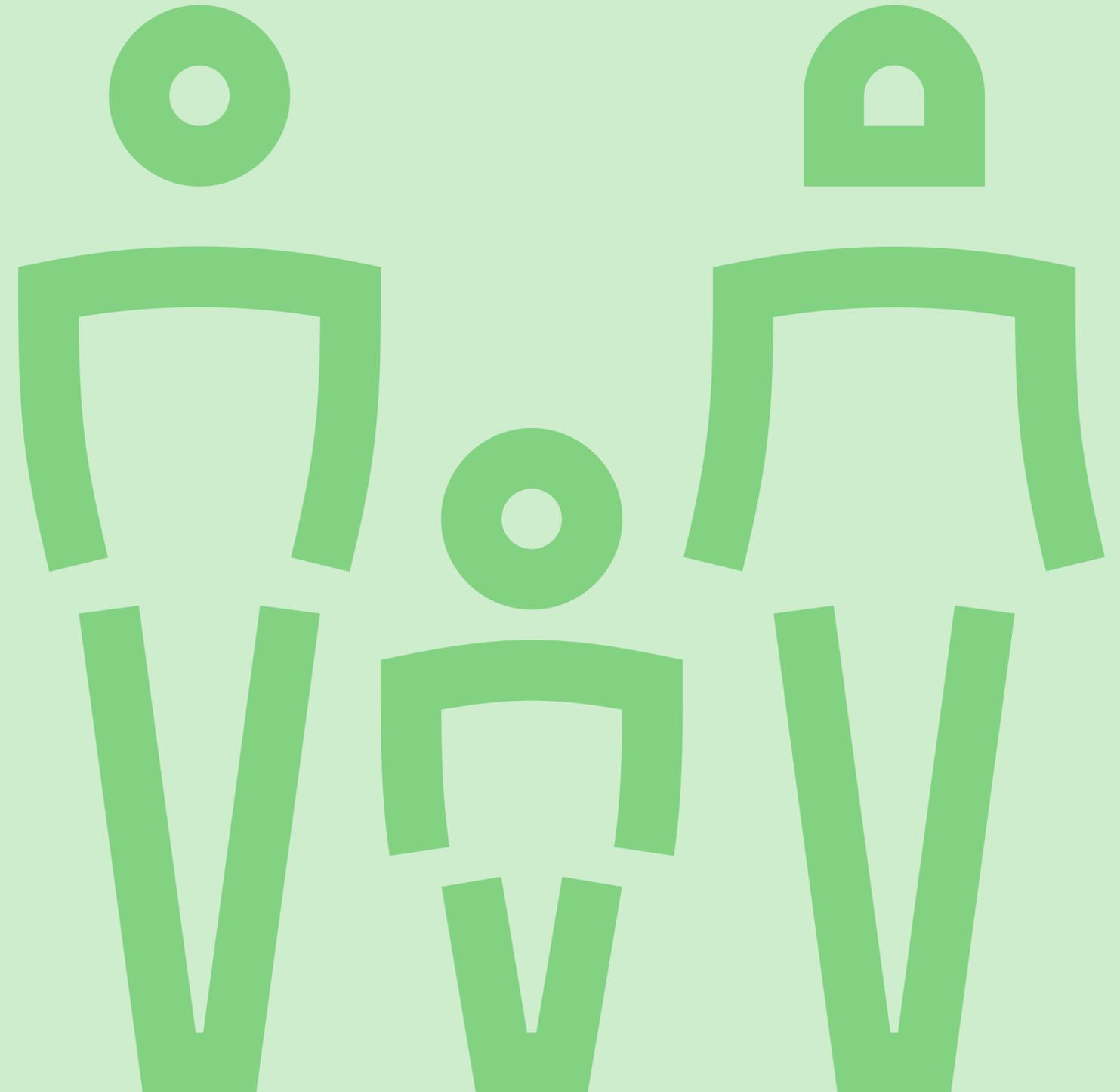
3.5 Piktogramme

-
- 3.5.1 Einführung
 - 3.5.2 Grundsätze
 - 3.5.3 Übersicht
 - 3.5.4 Stil
 - 3.5.5 Aufbau
 - 3.5.6 Freiraum und Mindestgröße
 - 3.5.7 Farbliche Anwendung

3.5.1 Einführung

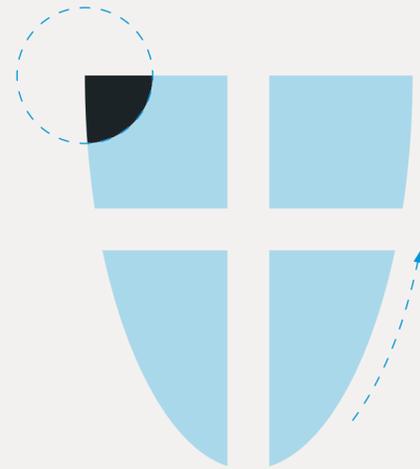
Piktogramme sind ein subtiles aber sehr effektives Instrument der Markenbildung. Sie werden vielseitig eingesetzt und dienen der Gebäudekennzeichnung ebenso wie den digitalen Anwendungen.

Unsere Piktogramme haben einen universellen Wiedererkennungswert und spiegeln unsere Identität auch dann wider, wenn sie alleine und ohne Verbindung zum Logo stehen.

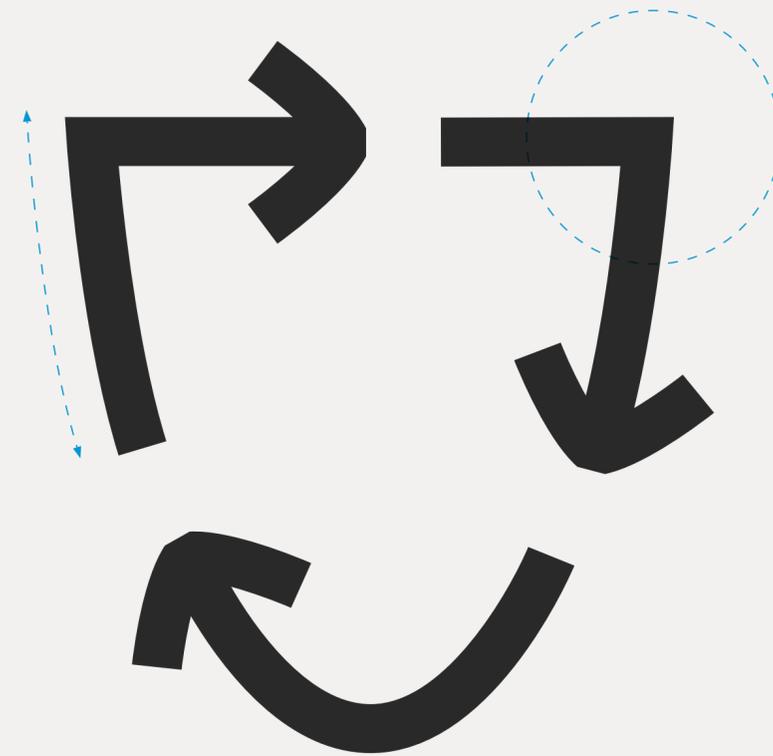


3.5.2 Grundsätze

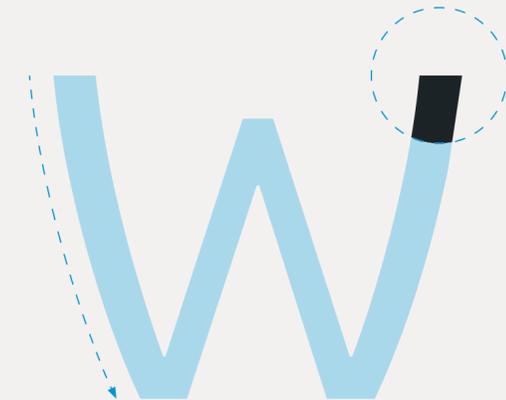
Für die Stadt Wien wurde ein eigenständiges Piktogramm-Konzept entwickelt, das Gestaltungselemente der Typografie und des Wappens in einer Serie von neuen Icons zum Ausdruck bringt.



Wappen



Piktogramm



Typografie

3.5.3 Übersicht

Hier eine Übersicht der verschiedenen Icons, die das aktuelle Set bilden. Sie unterstützen den eigenständigen „Look & Feel“ der Stadt Wien.

Weitere Piktogramme können entsprechend den definierten Designprinzipien abgeleitet und gestaltet werden.

Wayfinding



Pfeil



Entfernung



Uhrzeit



Museum



Bibliothek



Frau

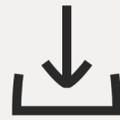


Mann

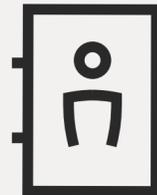
Funktional / Web



BenutzerIn



herunterladen



Kontakt



E-Mail



rechts



unten



links

Informativ / Kommunikation



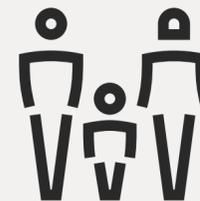
Umweltfreundlich



Fahrrad



W-LAN



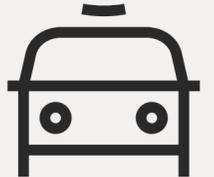
Familie



SeniorInnen



Kind



Taxi



Barrierefrei

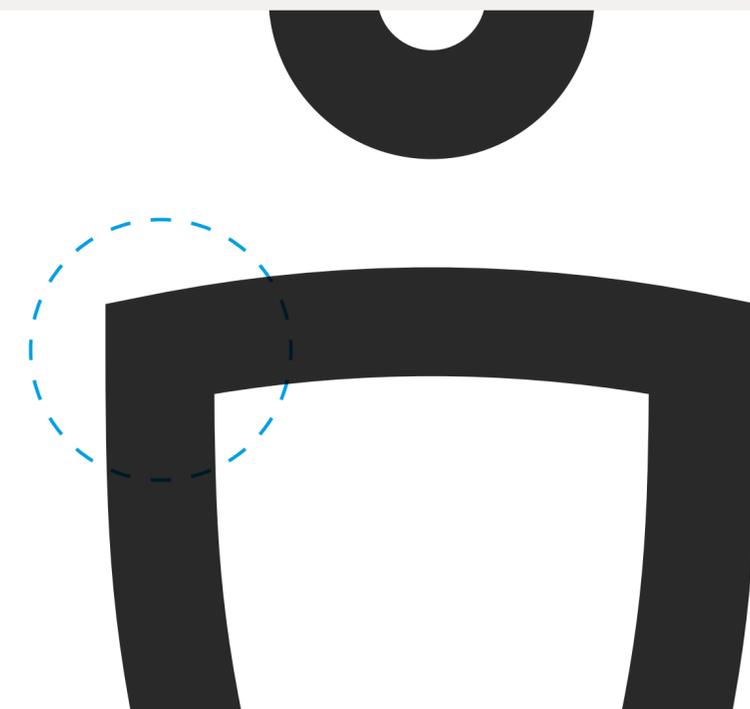
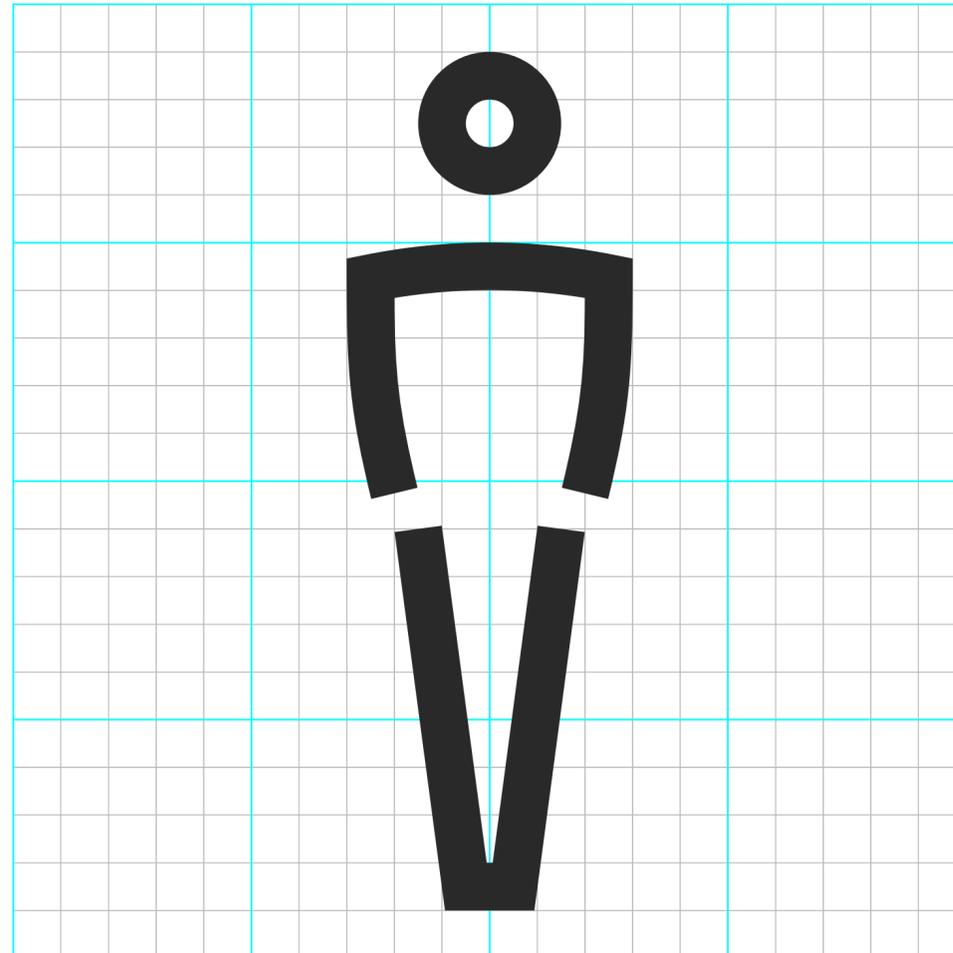


Recycling

3.5.4 Stil

Jedes Piktogramm ist auf Grundlage eines Rastersystems aufgebaut und verwendet bestimmte Gestaltungsmerkmale, wie z.B. die leicht gebogenen oder gespannten Elemente, die an die Seiten des Wien-Wappens erinnern.

Auch Winkel, Kreise und sonstige Elemente sind einheitlich definiert und helfen dabei, die verschiedenen Icons visuell miteinander zu verbinden.



3.5.5 Aufbau

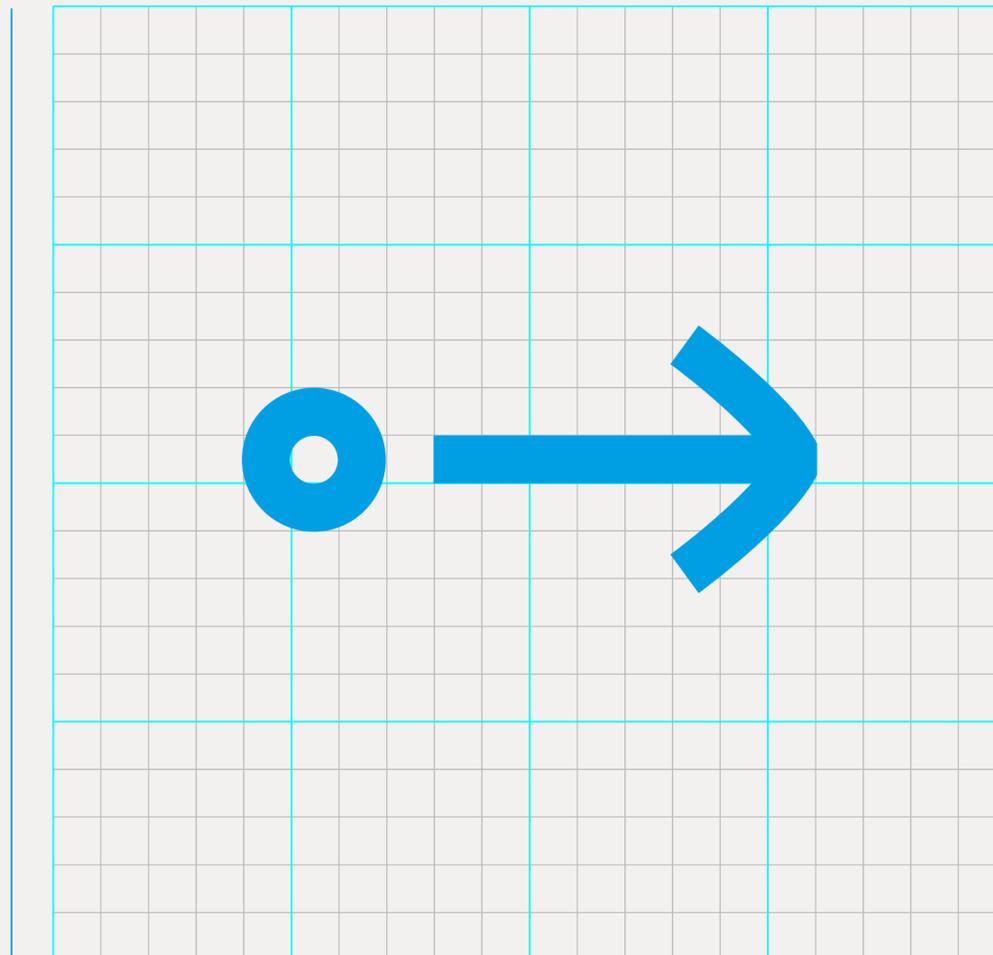
Das Raster, auf dem die Piktogramme aufgebaut sind, besteht aus 20 x 20 Einheiten. Jedes Element sollte sich innerhalb des Rasters befinden.

1. Alle Linien, aus denen das Icon besteht, sollte dieselbe Strichstärke haben, idealerweise eine Einheit (1 Quadrat) des Grundrasters.
2. Der Abstand zwischen den Elementen sollte nicht weniger als eine Einheit betragen.

1.

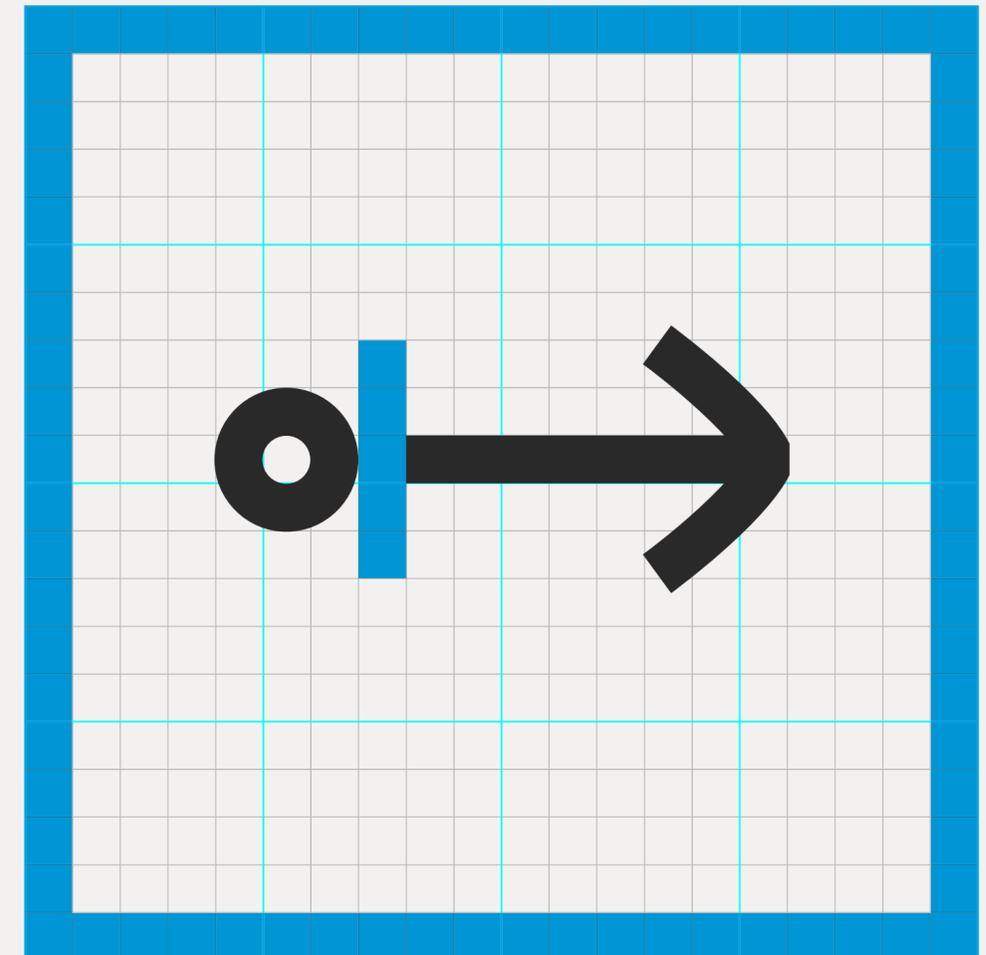
20 Einheiten

20x



■ Eine Einheit = x

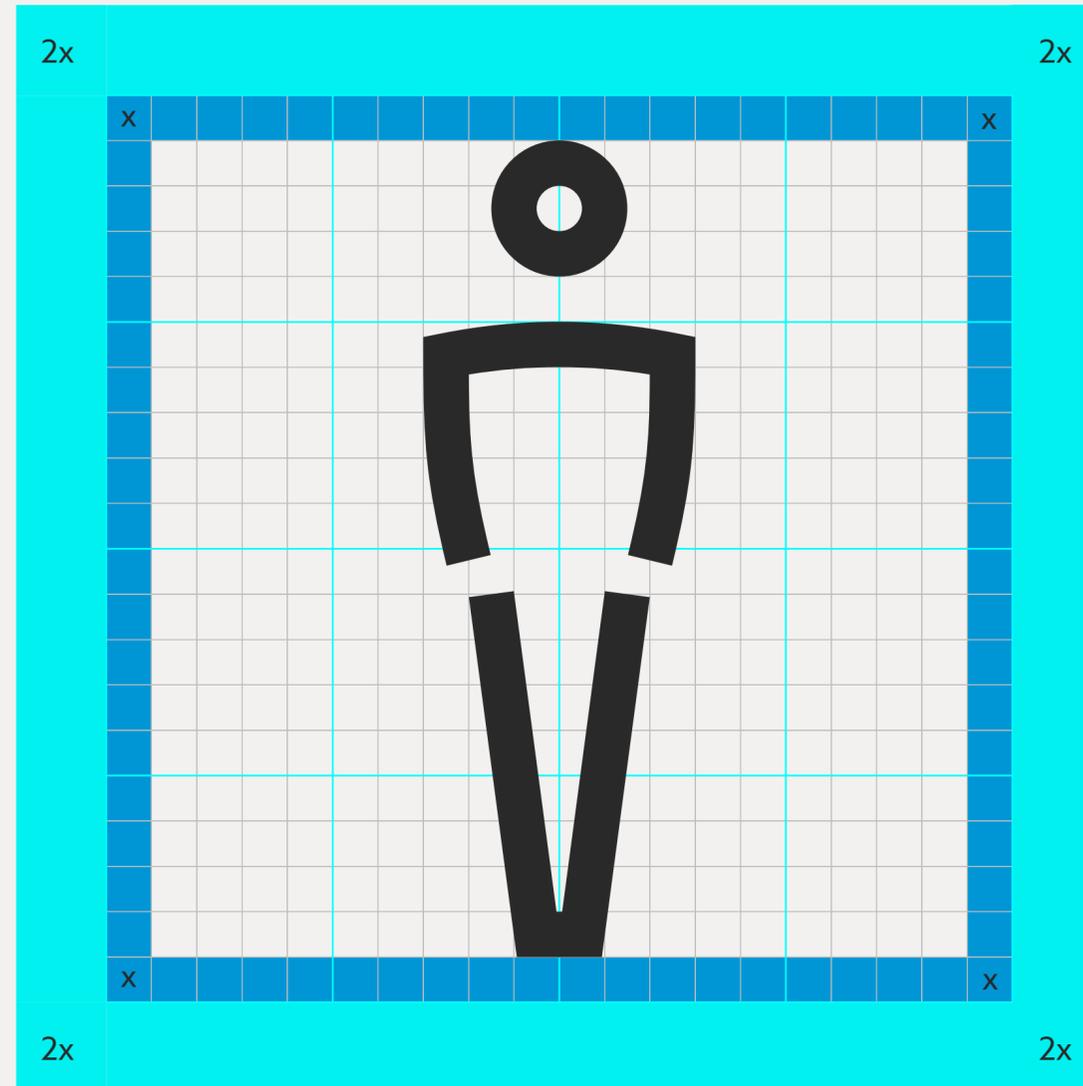
2.



3.5.6 Freiraum und Mindestgröße

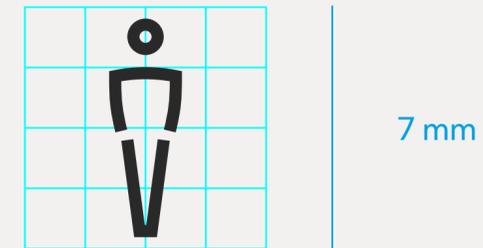
Für Piktogramme wurde ebenfalls eine Mindestgröße und eine Freiraumregelung definiert.

Freiraum

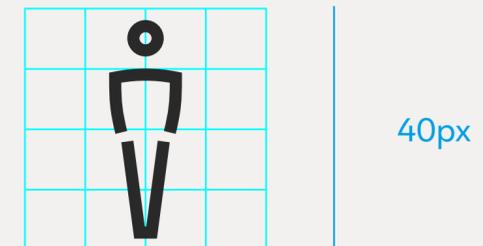


Mindestgröße

Druck-Mindestgröße



Digital-Mindestgröße

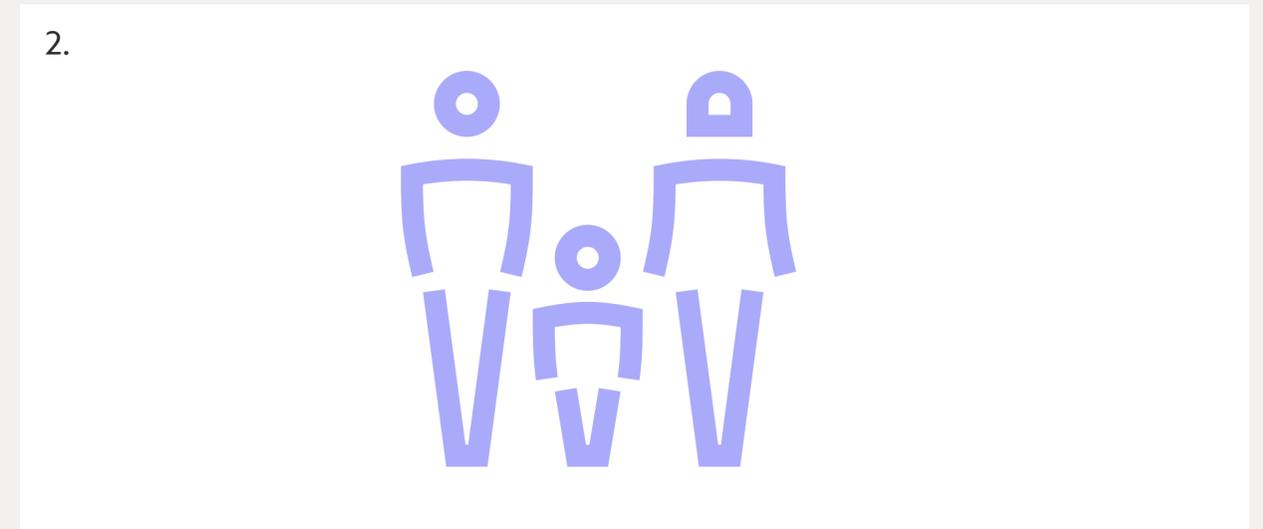
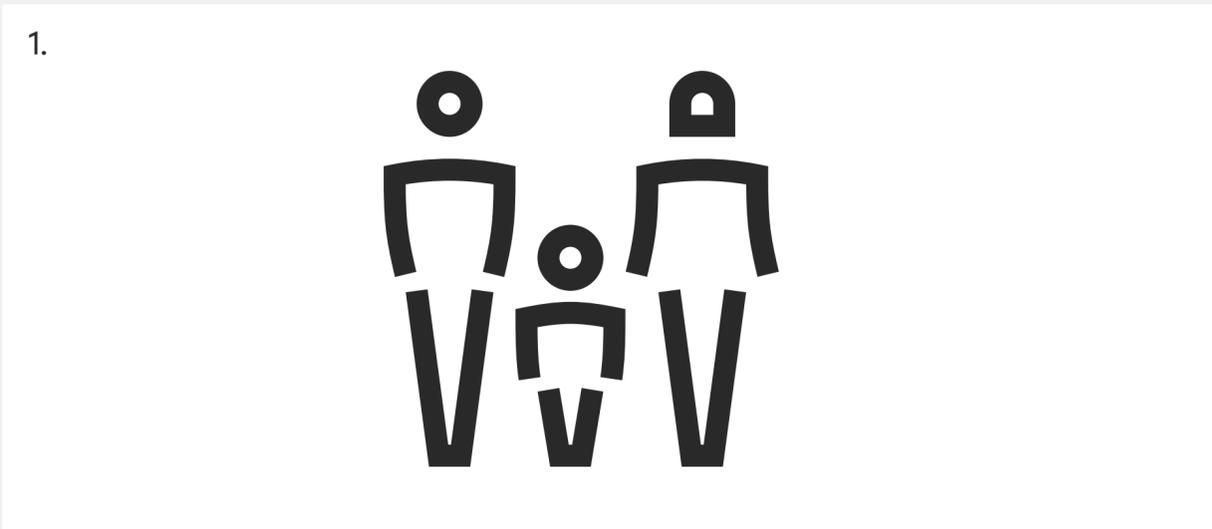


3.5.7 Farbliche Anwendung

Beispiele verschiedener Farbkombinationen für die Anwendung der Piktogramme.

1. **Fast Schwarz Piktogramm**
+ weißer Hintergrund

2. **Sekundärfarbe Piktogramm**
+ weißer Hintergrund



3.5.7 Farbliche Anwendung

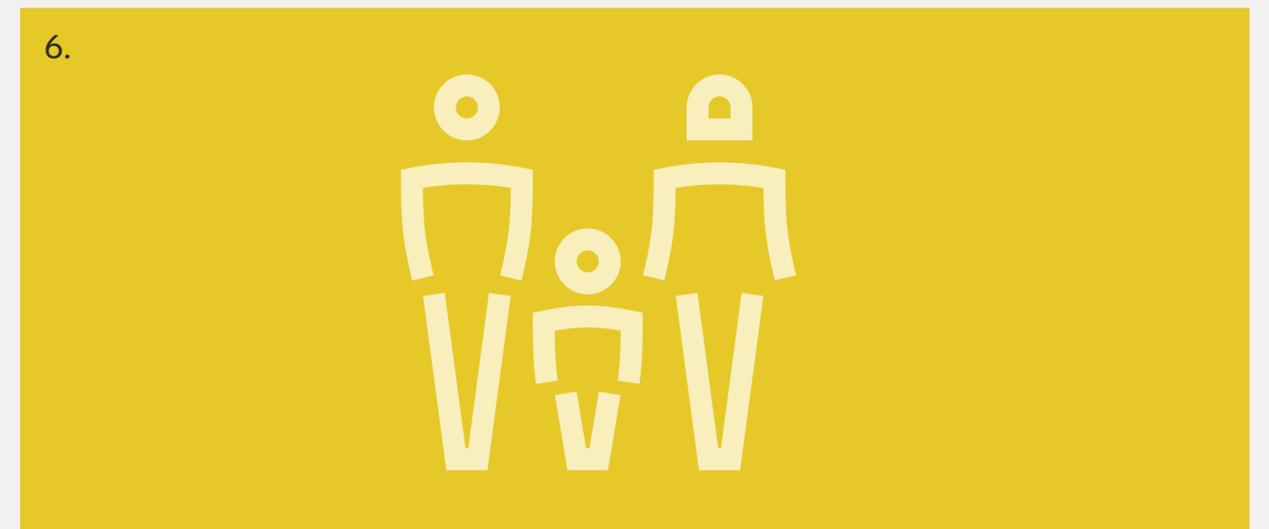
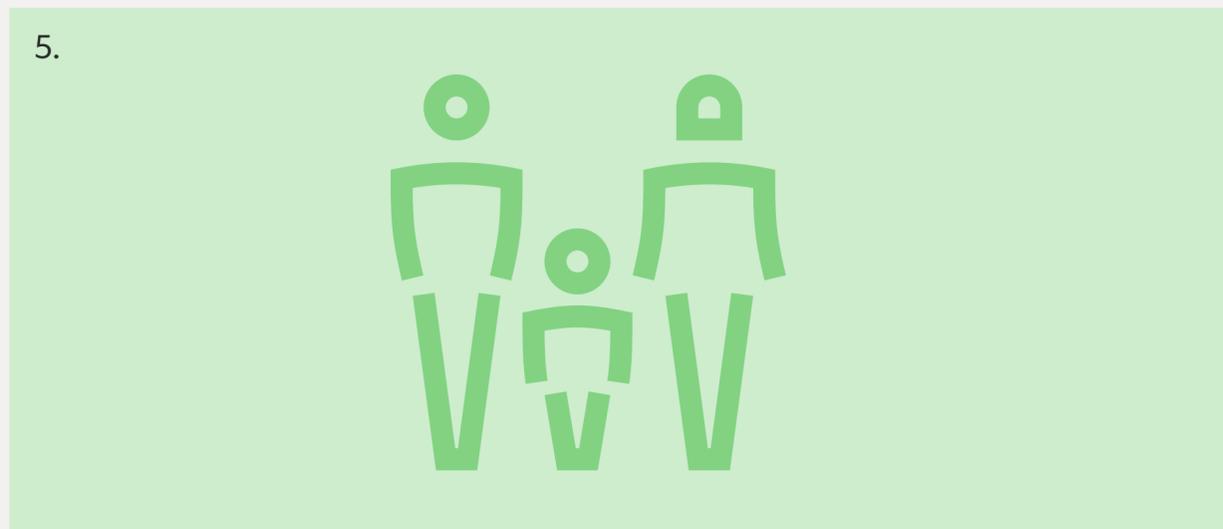
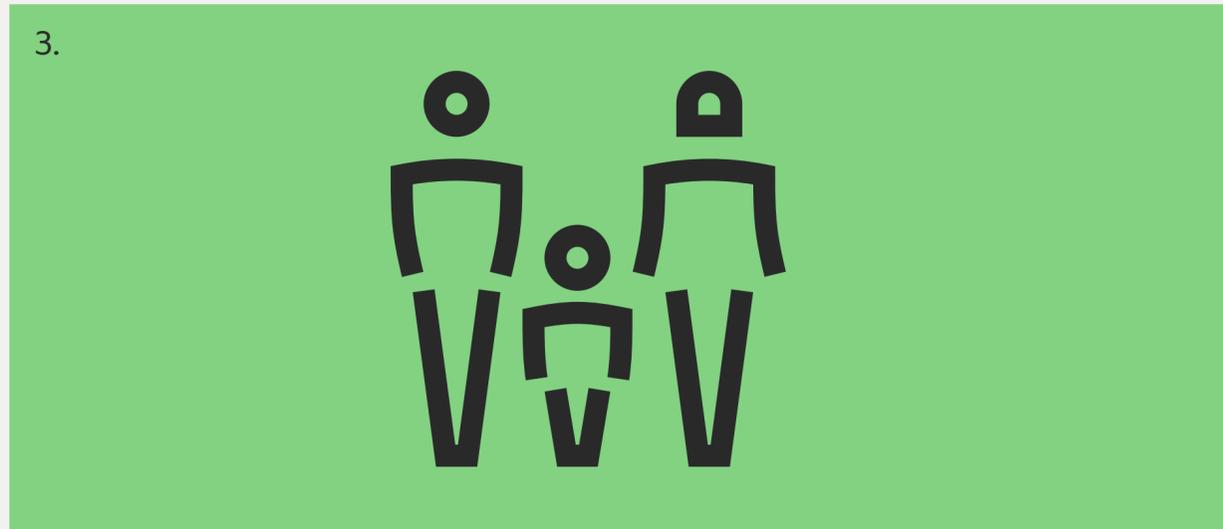
Beispiele verschiedener Farbkombinationen für die Anwendung der Piktogramme.

3. Fast Schwarz Piktogramm + Sekundärfarbe-Hintergrund

4. Weißes Piktogramm + Sekundärfarbe-Hintergrund

5. Zweiton Anwendung
Sekundärfarbe Piktogramm + Farbabstufung-Hintergrund

6. Zweiton Anwendung
Farbabstufung-Piktogramm + Sekundärfarbe Hintergrund



! Diese Anwendung gilt nur für Druckmaterialien. Für digitale accesible Anwendungen darf man kein Weiß über einem Sekundärfarbe-Hintergrund benutzen.

3.6 Illustration

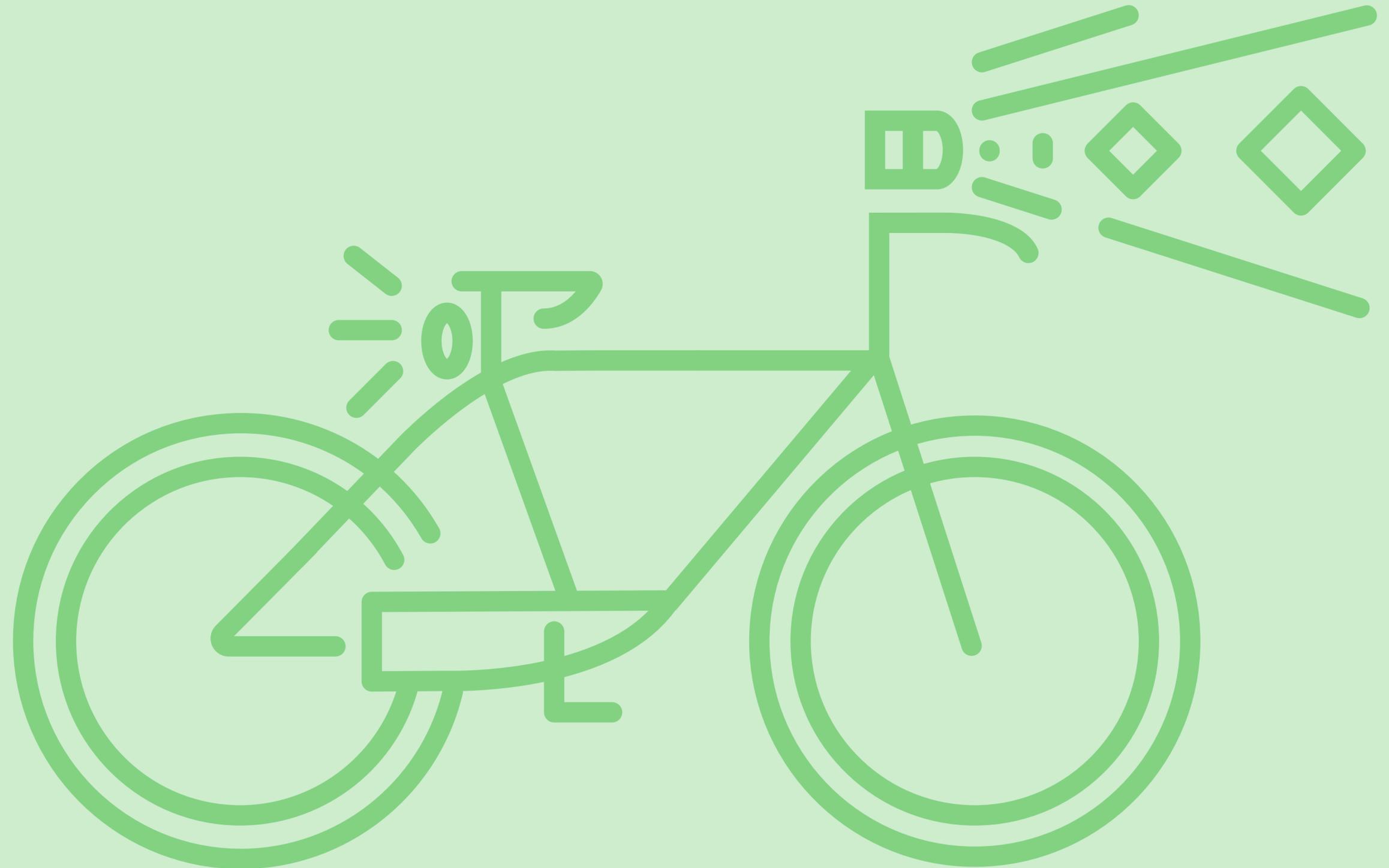
-
- 3.6.1 Einführung
 - 3.6.2 Grundsätze
 - 3.6.3 Übersicht
 - 3.6.4 Farbliche Anwendung
 - 3.6.5 Einsatz

3.6.1 Einführung

Illustration ist ein interessantes Gestaltungsmittel, das hilft bestimmte Inhalte und Themen auf eine attraktive und verständliche Art und Weise zu vermitteln.

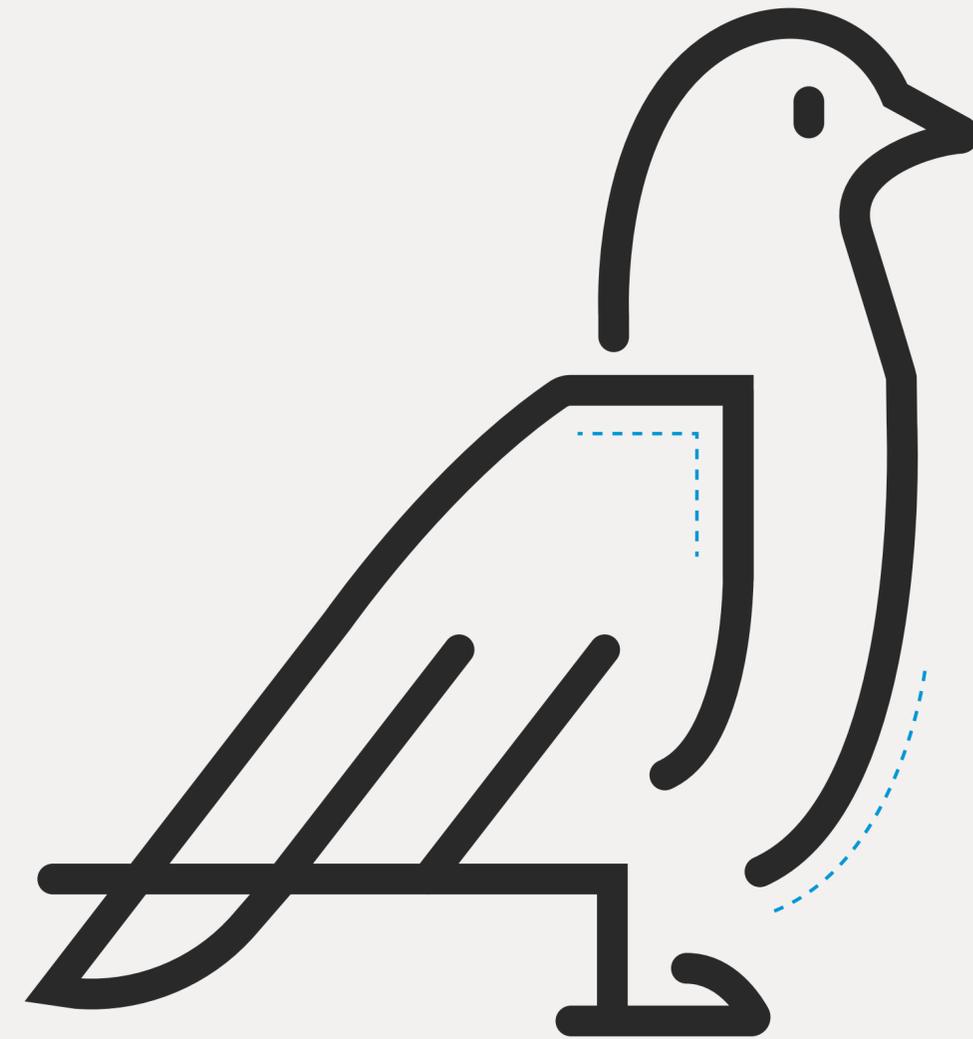
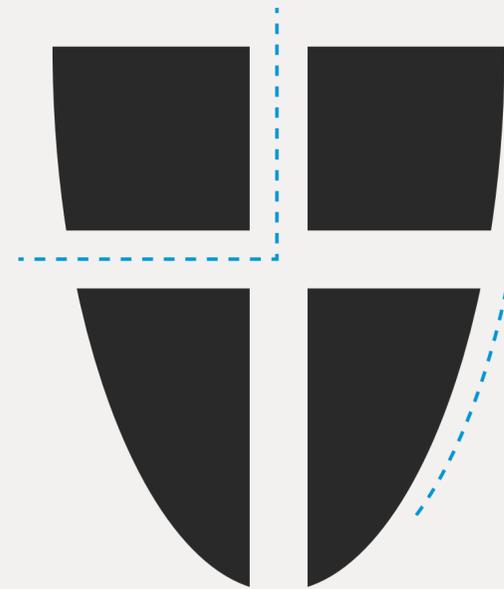
Durch den gezielten Einsatz von Illustration kann fotografische Dominanz ausgeglichen und Bildsprache allgemein unterstützt und erweitert werden.

Wie alle anderen Grundelemente trägt der konsequente Einsatz eines definierten Illustrationsstils zur Wiedererkennung und Markenbildung der Stadt Wien bei.



3.6.2 Grundsätze

Für die Stadt Wien wurde ein eigenständiges Illustrations-Konzept entwickelt, das Gestaltungselemente der Typografie, der Piktogramme und des Wappens zum Ausdruck bringt.

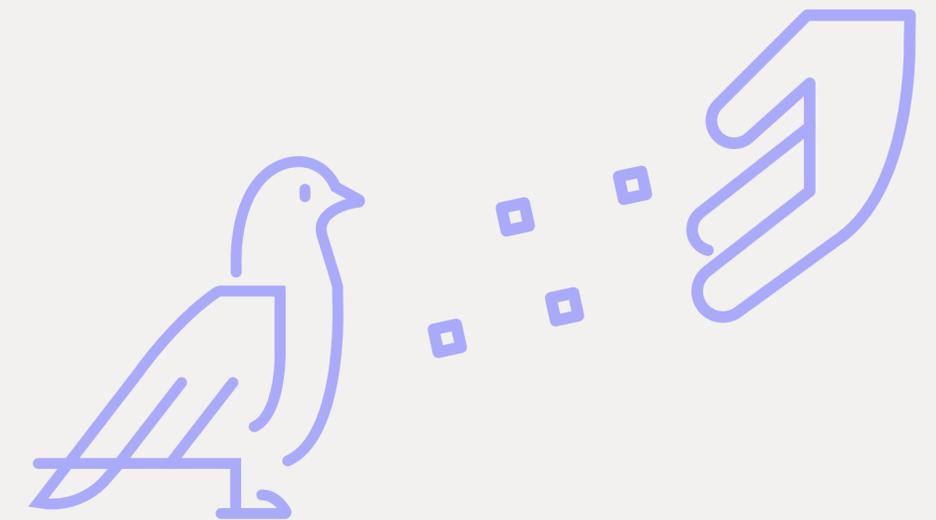
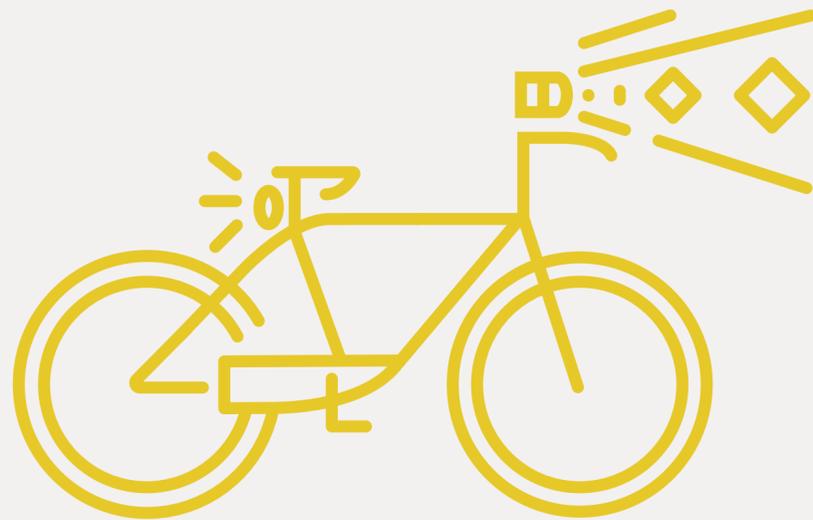


3.6.3 Übersicht

Der definierte Illustrationsstil zeichnet sich durch seine Klarheit und Verbindung zu den restlichen Gestaltungselementen der Stadt Wien aus.

Der Look & Feel ist sehr geometrisch, wirkt aber trotzdem dynamisch und lebendig.

Durch den gezielten Einsatz von Farbe und der verschiedenen möglichen Kombinationen, ergeben sich eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten.

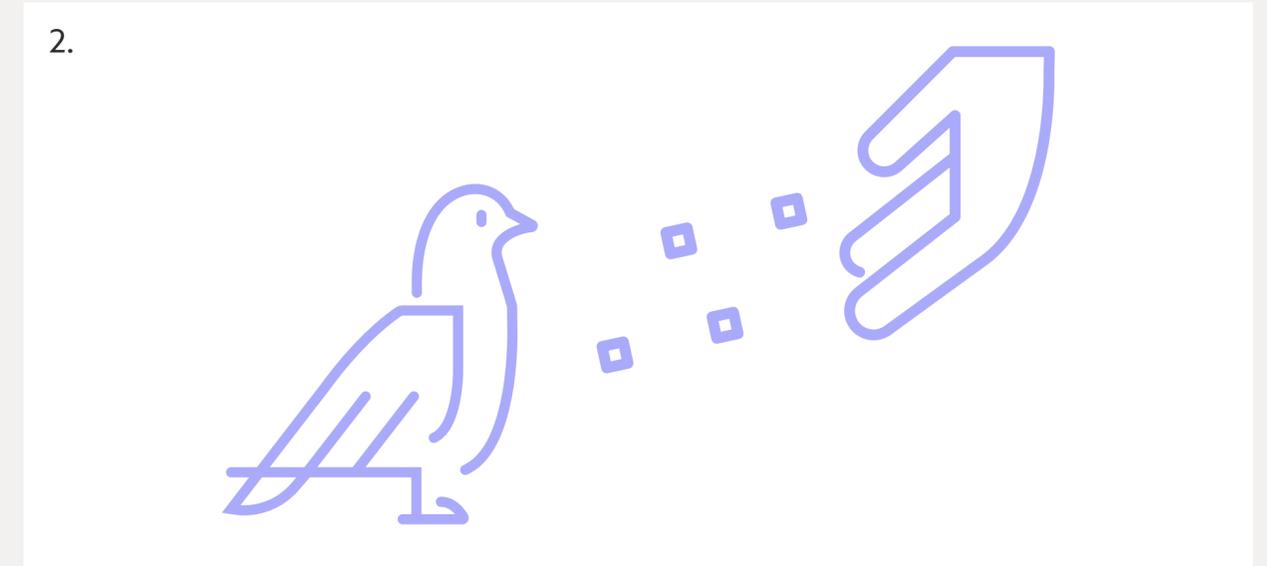
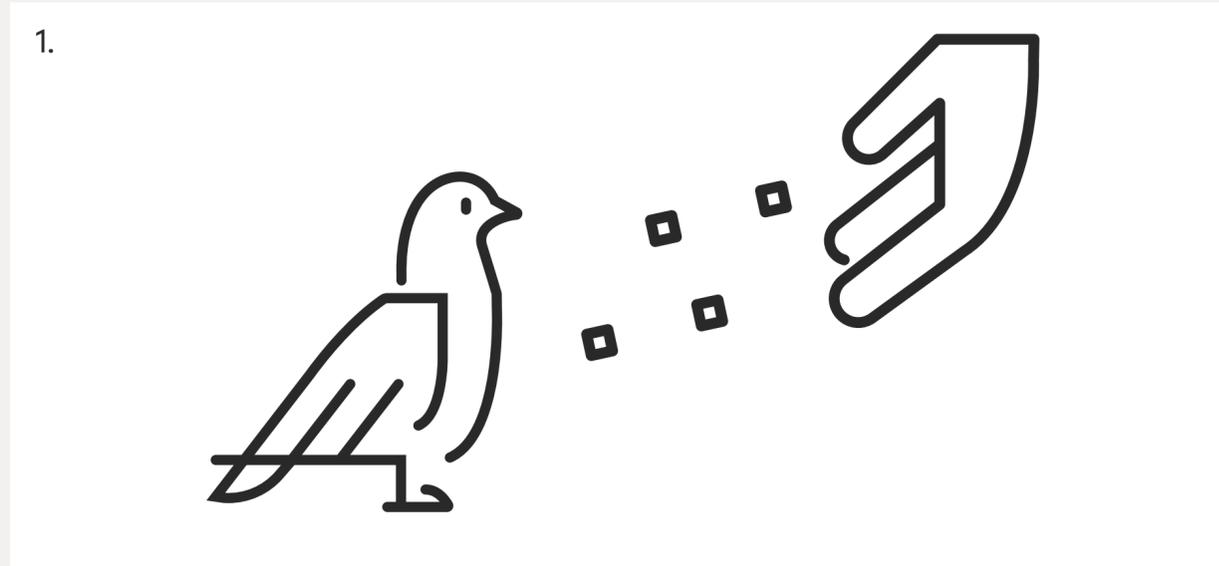


3.6.4 Farbliche Anwendung

Durch den gezielten Einsatz von Farbe und der verschiedenen möglichen Kombinationen, ergeben sich eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten.

1. Fast Schwarz Illustration
+ weißer Hintergrund

2. Sekundärfarbe Illustration
+ weißer Hintergrund



3.6.4 Farbliche Anwendung

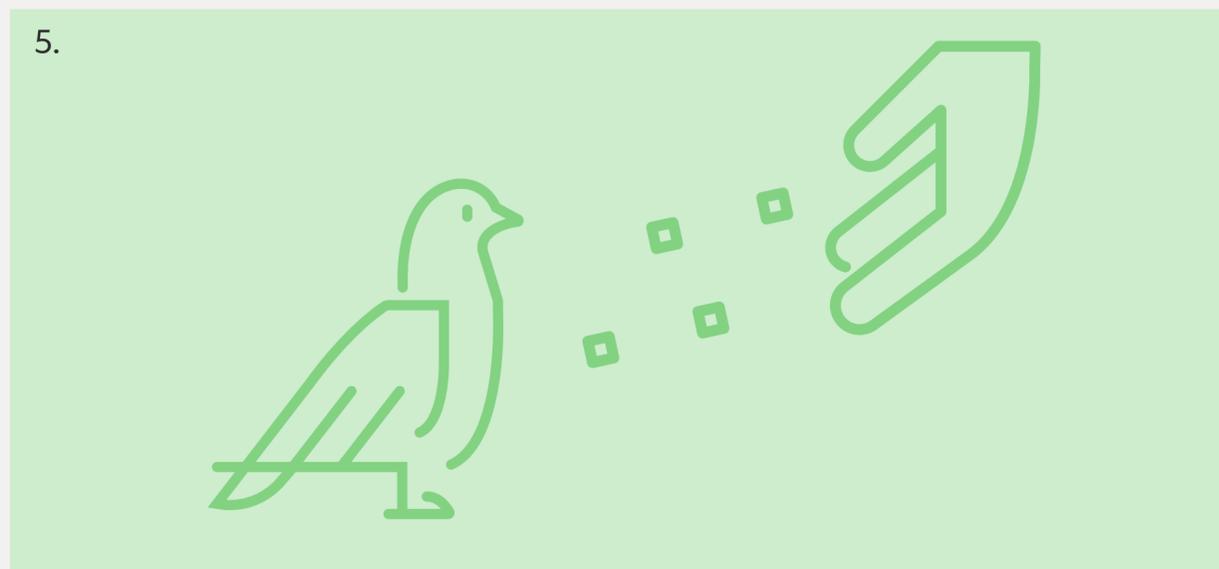
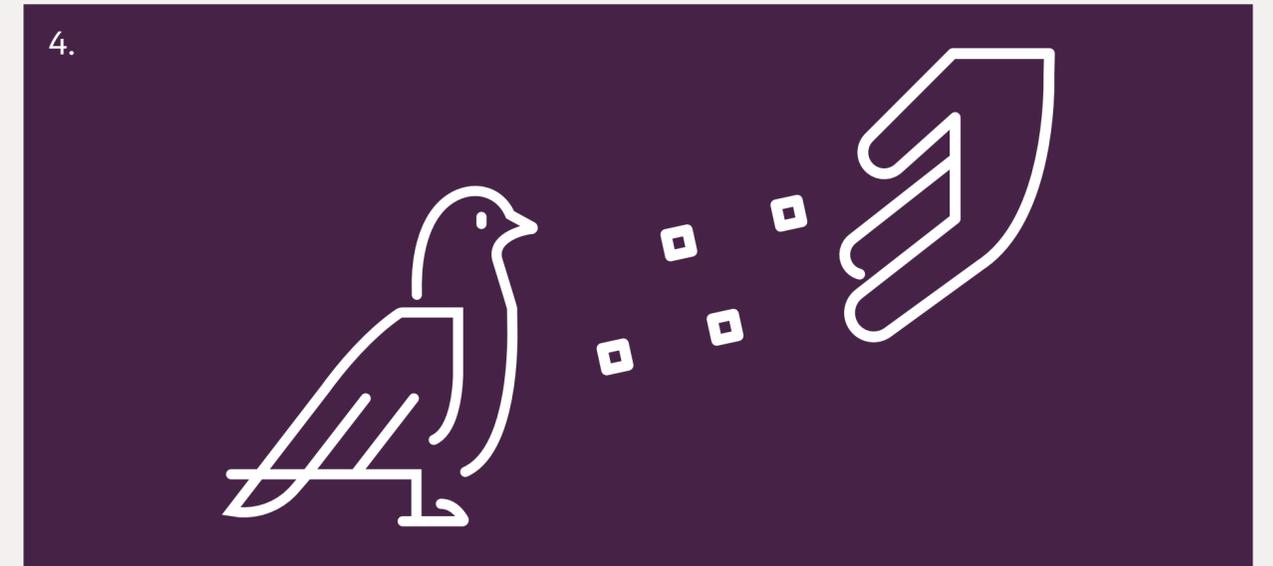
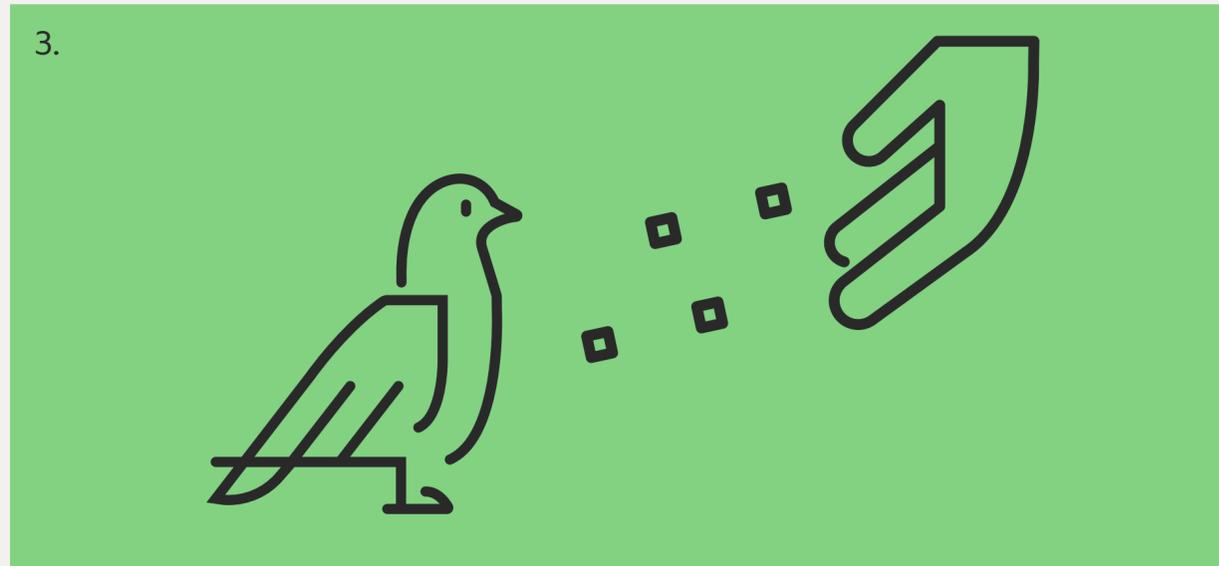
Durch den gezielten Einsatz von Farbe und der verschiedenen möglichen Kombinationen, ergeben sich eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten.

3. Fast Schwarz Illustration + Sekundärfarbe-Hintergrund

4. Weißes Illustration + Sekundärfarbe-Hintergrund

5. Zweiton Anwendung
Sekundärfarbe Illustration + Farbabstufung-Hintergrund

6. Zweiton Anwendung
Farbabstufung-Illustration + Sekundärfarbe Hintergrund



! Diese Anwendung gilt nur für Druckmaterialien. Für digitale accesible Anwendungen darf man kein Weiß über einem Sekundärfarbe-Hintergrund benutzen.

3.6.5 Einsatz

Beispiele, die zur korrekten Anwendung der Illustration inspirieren sollen.

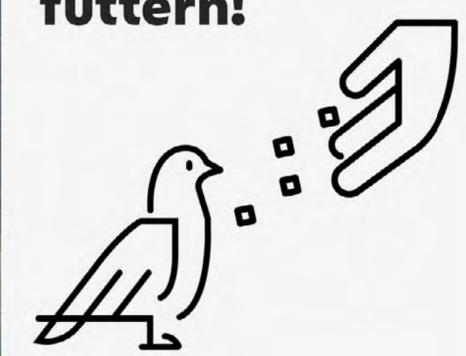


Klimafreundlich einkaufen um CO₂ zu sparen.

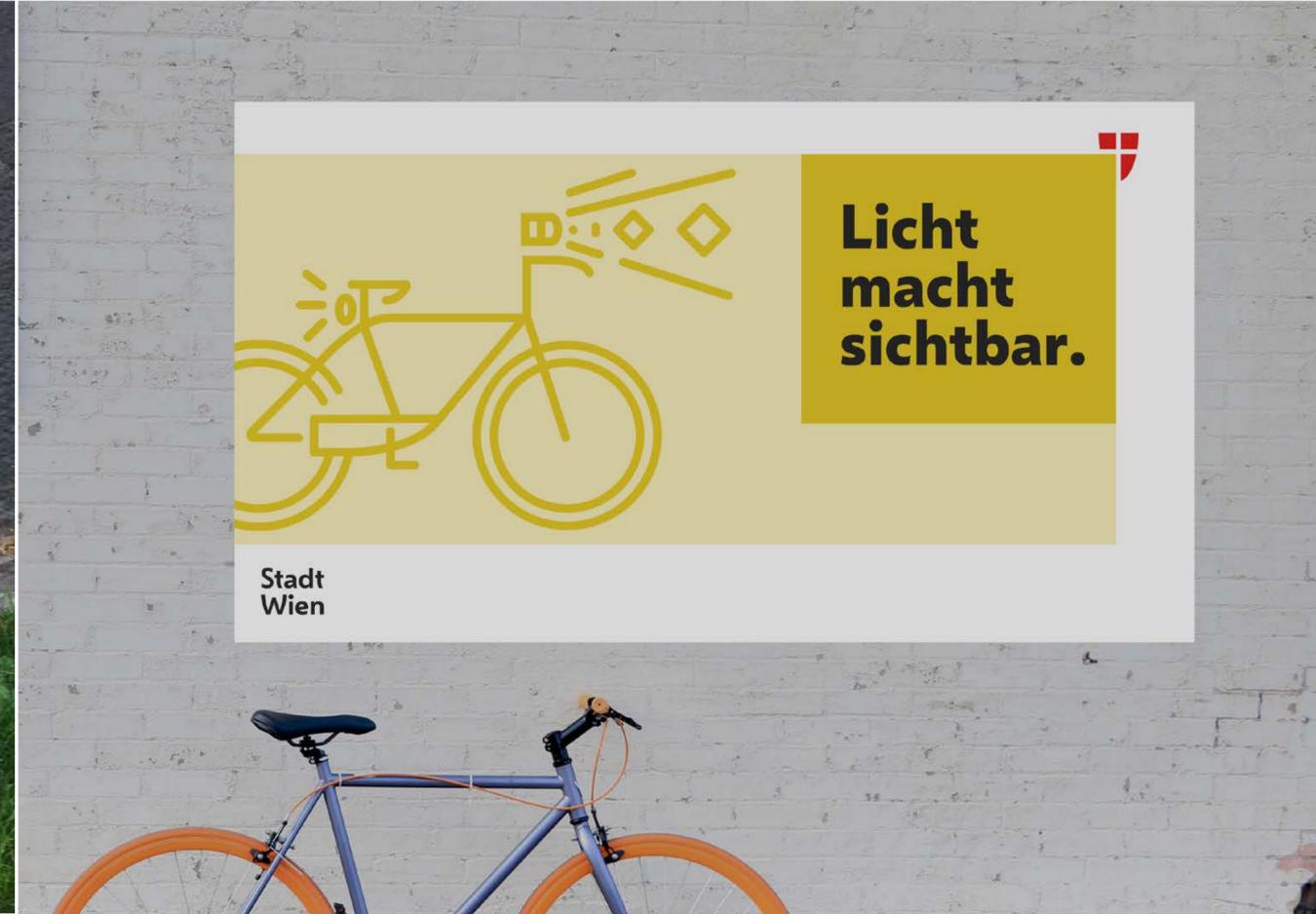
Stadt Wien



Tierschutz bedeutet... Tauben nicht füttern!



Stadt Wien



Licht macht sichtbar.

Stadt Wien

3.7 Informationsgrafik

-
- 3.7.1 Einführung
 - 3.7.2 Typen von Informationsgrafiken
 - 3.7.3 Farbanwendung
 - 3.7.4 Einsatz

3.7.1 Einführung

Ein einheitlicher Stil für Informationsgrafiken jeglicher Art trägt ebenfalls zur koheränten Wahrnehmung der Stadt Wien bei.

Tabellen, Diagramme und sonstige Grafiken vermitteln wichtige Informationen und sind somit ein unabdingbares Element der Kommunikation.

Typografie, Farbe, geometrische Formen, verschiedene Proportionen und Formate arbeiten dabei zusammen.

Bevölkerungsveränderung in Städten der EU

Stadt	Stand zum 1.1.2017	Veränderung 2007 - 2017 in %
München	1.464.301	13,1
Wien	1.867.582	12,4
Budapest	1.752.704	3,3
Hamburg	1.810.438	3,2
Warschau	1.750.345	2,6
Bukarest	1.826.830	-6,0

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut

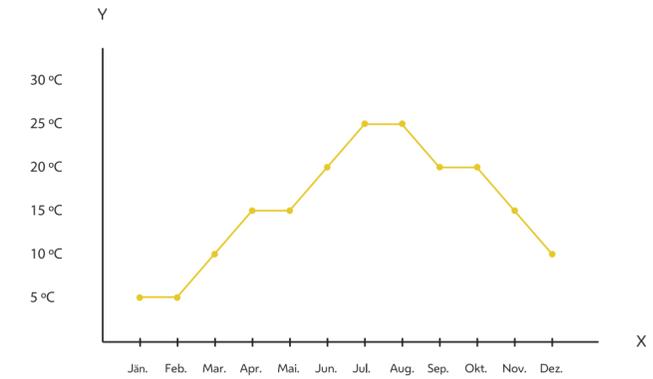
3.7.2 Typen von Informationsgrafiken

Auf Grundlage der in diesem Kapitel beschriebenen Gestaltungsprinzipien lassen sich verschiedene Typen von Informationsgrafiken gestalten.

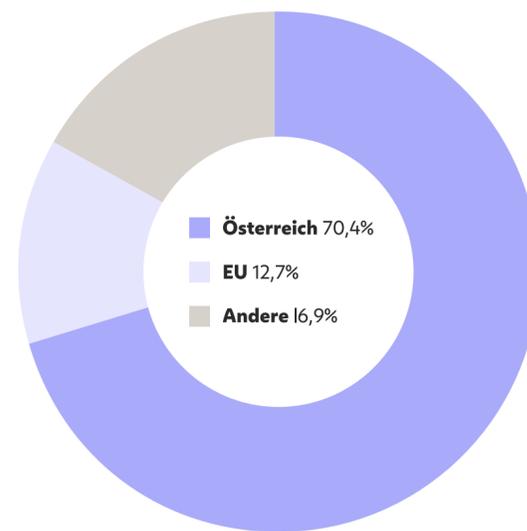
Tabelle

Stadt	Stand zum 1.1.2017	Veränderung 2007 - 2017 in %
München	1.464.301	13,1
Wien	1.867.582	12,4
Budapest	1.752.704	3,3
Hamburg	1.810.438	3,2
Warschau	1.750.345	2,6
Bukarest	1.826.830	-6,0

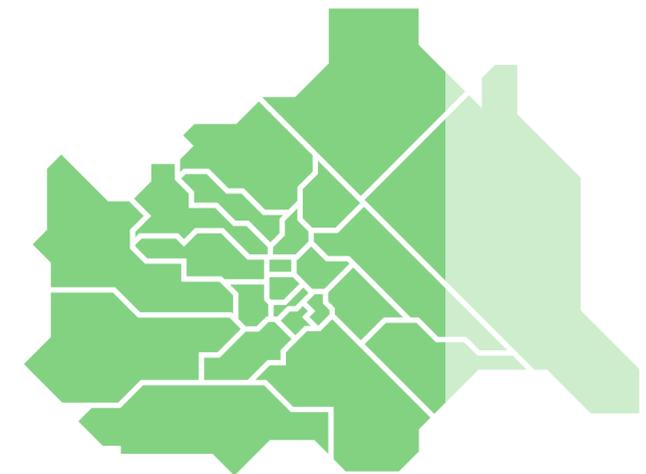
Horizontal (x/y) Grafikdiagramm



Kreisdiagramm



Andere

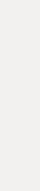


3.7.3 Farbanwendung

Farbe spielt eine wichtige Rolle bei der Gestaltung der Informationsgrafiken. Abhängig vom Medium und von der Produktion, können einfarbige oder mehrfarbige Grafiken zum Einsatz kommen.

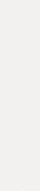
Einfarbig

Stadt	Stand zum 1.1.2017	Veränderung 2007 - 2017 in %
München	1.464.301	13,1
Wien	1.867.582	12,4
Budapest	1.752.704	3,3
Hamburg	1.810.438	3,2
Warschau	1.750.345	2,6
Bukarest	1.826.830	-6,0



Mehrfarbig

Stadt	Stand zum 1.1.2017	Veränderung 2007 - 2017 in %
München	1.464.301	13,1
Wien	1.867.582	12,4
Budapest	1.752.704	3,3
Hamburg	1.810.438	3,2
Warschau	1.750.345	2,6
Bukarest	1.826.830	-6,0



3.7.3 Farbanwendung

Übersicht verschiedener Farbausführungen.

Für den normale Anwendungen sollten ein-bis dreifarbige Kombinationen ausreichen. Mehr als drei Farben in einer Informationsgrafik können u. U. zu komplex oder zu bunt wirken und sind daher manchmal weniger sinnvoll.

Einfarbig

Stadt	Stand zum 1.1.2017	Veränderung 2007 - 2017 in %
München	1.464.301	13,1
Wien	1.867.582	12,4
Budapest	1.752.704	3,3
Hamburg	1.810.438	3,2
Warschau	1.750.345	2,6
Bukarest	1.826.830	-6,0



Zweifarbige

Stadt	Stand zum 1.1.2017	Veränderung 2007 - 2017 in %
München	1.464.301	13,1
Wien	1.867.582	12,4
Budapest	1.752.704	3,3
Hamburg	1.810.438	3,2
Warschau	1.750.345	2,6
Bukarest	1.826.830	-6,0



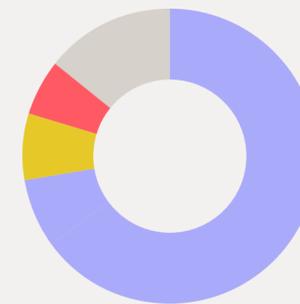
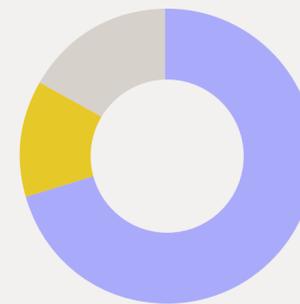
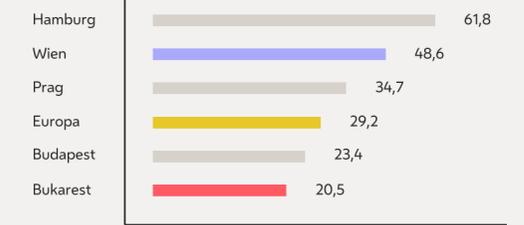
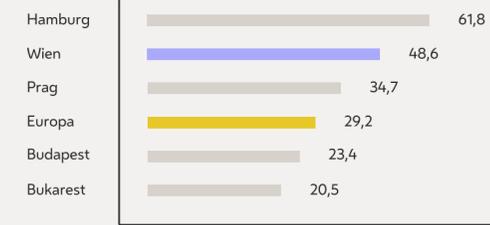
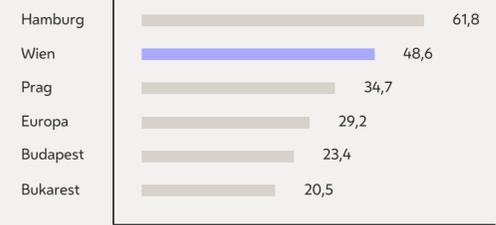
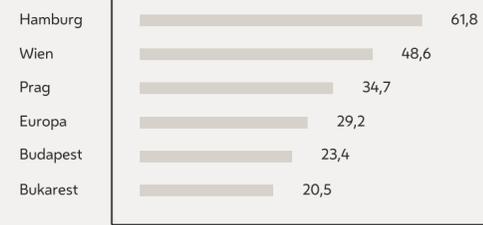
Dreifarbige

Stadt	Stand zum 1.1.2017	Veränderung 2007 - 2017 in %
München	1.464.301	13,1
Wien	1.867.582	12,4
Budapest	1.752.704	3,3
Hamburg	1.810.438	3,2
Warschau	1.750.345	2,6
Bukarest	1.826.830	-6,0



Mehr als drei Farben

Stadt	Stand zum 1.1.2017	Veränderung 2007 - 2017 in %
München	1.464.301	13,1
Wien	1.867.582	12,4
Budapest	1.752.704	3,3
Hamburg	1.810.438	3,2
Warschau	1.750.345	2,6
Bukarest	1.826.830	-6,0



3.7.4 Einsatz

Beispiele, die zur korrekten Anwendung von Informationsgrafiken inspirieren sollen.

Bevölkerungsveränderung in Städten der

Stadt	Stand zum 1.1.2017
München	1.464.301
Wien	1.867.582
Budapest	1.752.704
Hamburg	1.810.438
Warschau	1.750.345
Bukarest	1.826.830

Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis



Wien in Zahlen

965.369 Erwerbstätige gesamt
73,1% WienerInnen
26,9% EinpendlerInnen

Navigation: english | bosanski | hrvatski | srpski | trk | çe | User icon | Menu icon

Footer: Bildung & Forschung | Arbeit & Wirtschaft | Gesundheit & Soziales | Bauen & Wohnen | Verkehr & Stadtentwicklung | Umwelt & Klimaschutz | Kultur & Freizeit | Menschen & Gesellschaft | Politik & Verwaltung

3.8

Expressives Wappen

3.8.1 Aufbau

3.8.2 Bestandteile

3.8.3 Beispiele

3.8.1 Aufbau

Das Wappen der Stadt Wien ist als grafisches Zeichen dazu geeignet, die Markenidee „Der Mensch in der Mitte“, durch eine illustrative Interpretation zu unterstützen.

Für bestimmte Anwendungen kann das Wappen als „Illustrationsfenster“ verwendet werden. In diesem Fall werden verschiedene, für die Stadt relevante Themen, durch Illustrationen mit dem Wappen kombiniert.

Die Grundstruktur des Wappens bleibt immer gleich und bietet den Rahmen für ein dynamisches, lebhaftes Bild, das dem Symbol eine besondere Rolle bei der Vermittlung der Persönlichkeit der Stadt beimisst.

Die 3 Basis-Elemente des illustrativen Wappens sind:

Wappen

Es stellt den Rahmen für die Szene dar und fügt Tiefenschärfe hinzu. Eine monochromatische Kombination aus der Farbpalette ist Grundlage für die Komposition.

Menschen

Unsere Marke ist auf den Menschen ausgerichtet. Deshalb sollte das Hauptthema der Illustration immer etwas mit dem Leben der BürgerInnen der Stadt Wien zu tun haben.

Dekorative Elemente

Diese kommen zum Einsatz, um das Gesamtbild zu bereichern und den Kontext weiter darzustellen. Sie sollten der Grundfarbe angepasst sein.



3.8.2 Bestandteile

Das expressive Wappen setzt sich aus zwei Hauptelementen zusammen:

- dem Wappen im Hintergrund
- der Illustration im Vordergrund

Das Wappen liefert den Kontext, während die Illustration den Inhalt darstellt.

Auf den folgenden Seiten werden die verschiedenen Gestaltungsgrundlagen dargestellt.

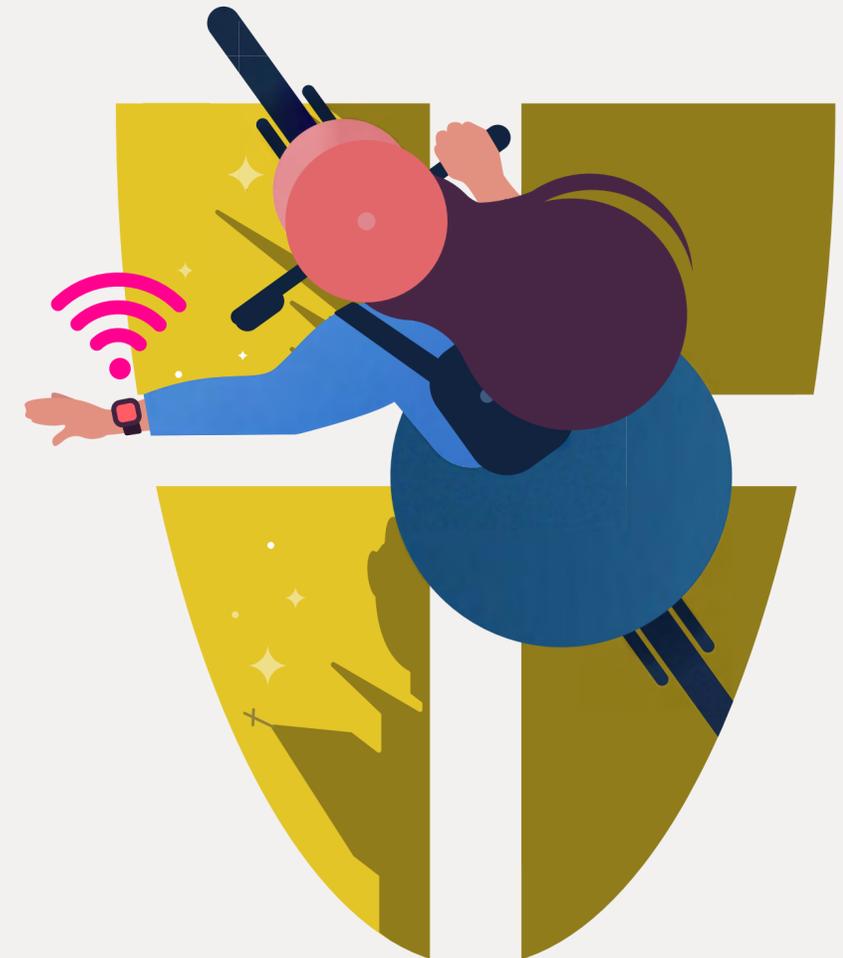
Illustration – Vordergrund



Wappen – Hintergrund



Expressives Wappen



3.8.3 Beispiele

Der Einsatz des expressiven Wappens und die Themen werden ausschließlich vom Presse- und Informationsdienst (MA 53) festgelegt und beauftragt.

Als besonderes und einzigartiges Gestaltungsmittel ist das expressive Wappen bestimmten Anwendungen und Einsatzbereichen vorbehalten.

Thema Natur



Thema Kultur und Events



Thema Smart City und Flexibilität



4 Designprinzipien

-
- 4.1 Das Wappen als Zentrum
 - 4.2 Gestaltungsprinzip

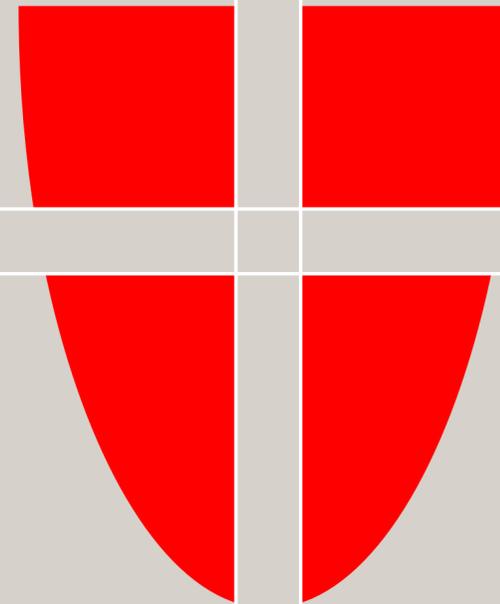
4.1

Das Wappen als Zentrum

-
- 4.1.1 Einführung
 - 4.1.2 Verhalten
 - 4.1.3 Boxensystem
 - 4.1.4 Negativbeispiele

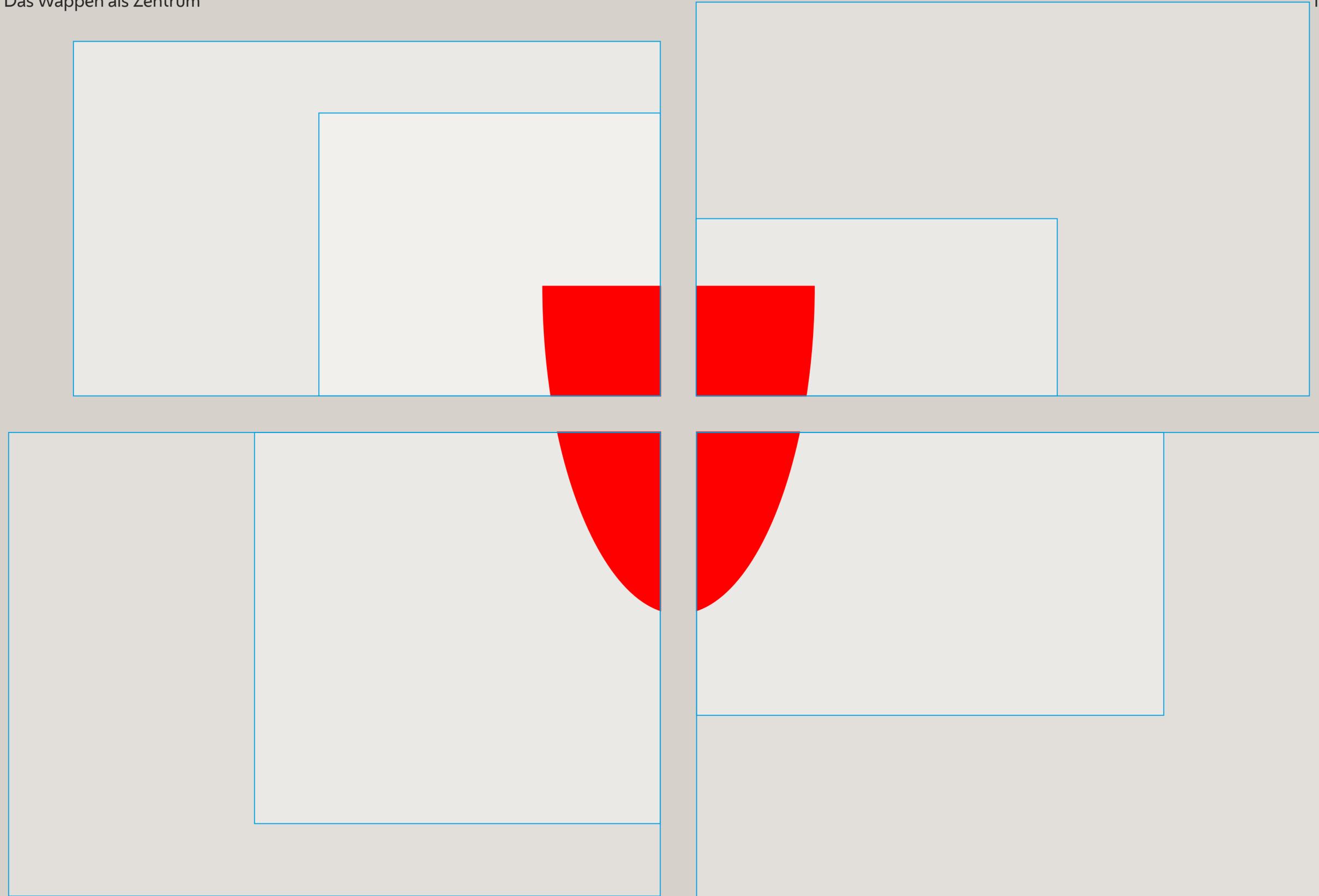
4.1.1 Einführung

Unsere visuelle Sprache wird inspiriert durch das Wappen der Stadt Wien, das im Zentrum des Systems steht. Es spiegelt die Markenidee „Der Mensch in der Mitte“ wider und ist Ausgangspunkt der Gestaltungsprinzipien.



4.1.1 Einführung

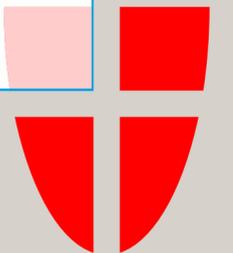
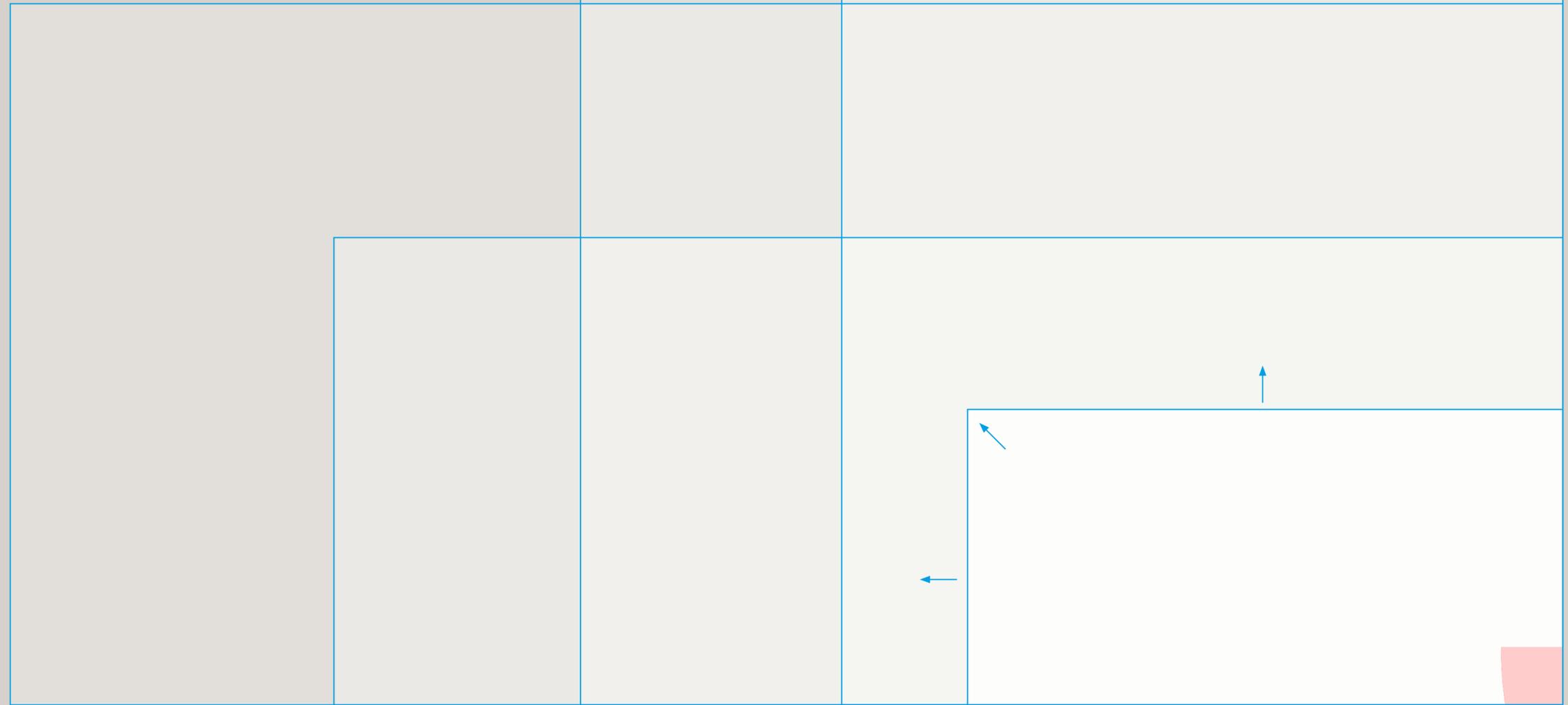
Das Wappen besteht aus vier verschiedenen Segmenten. Jedes Segment kann sich vergrößern und entfalten und wird so zur Basis eines flexiblen Systems, das einen dynamischen Raum für verschiedene Inhalte schafft.



4.1.2 Verhalten

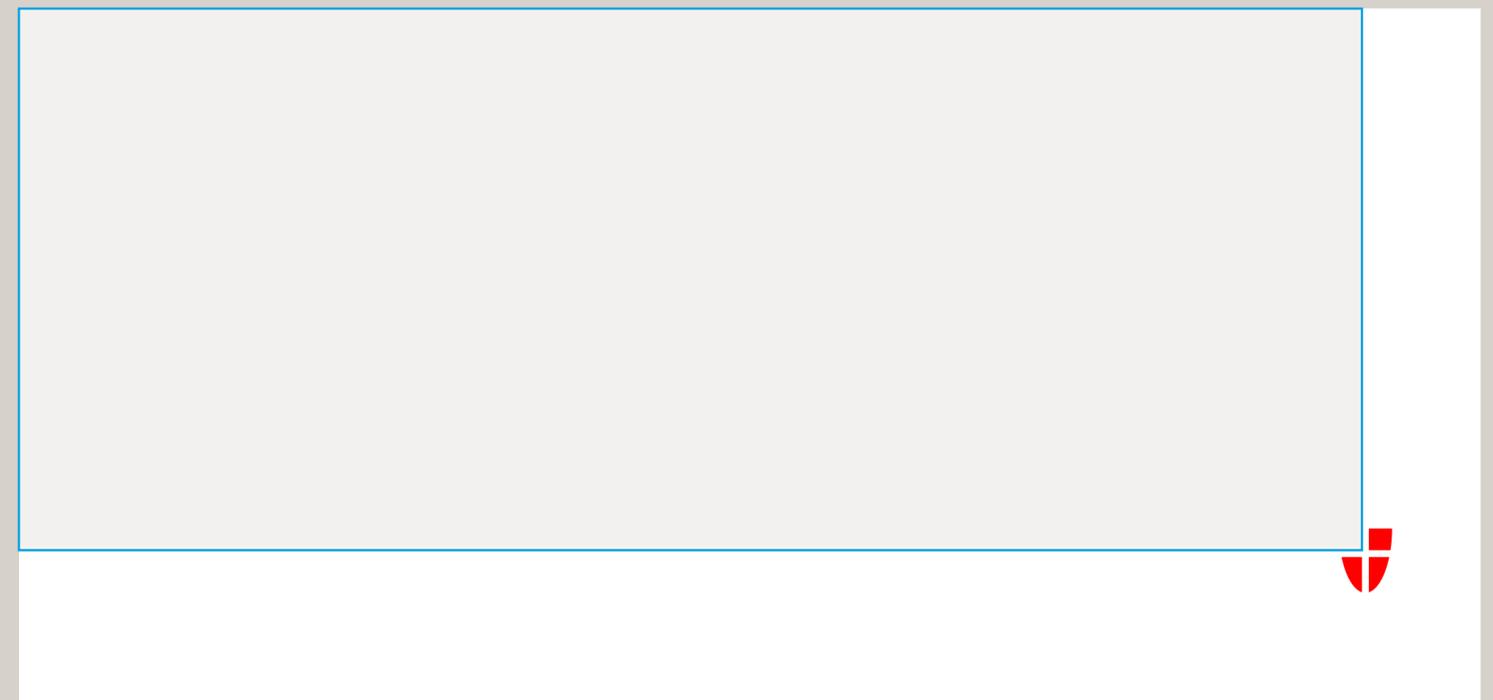
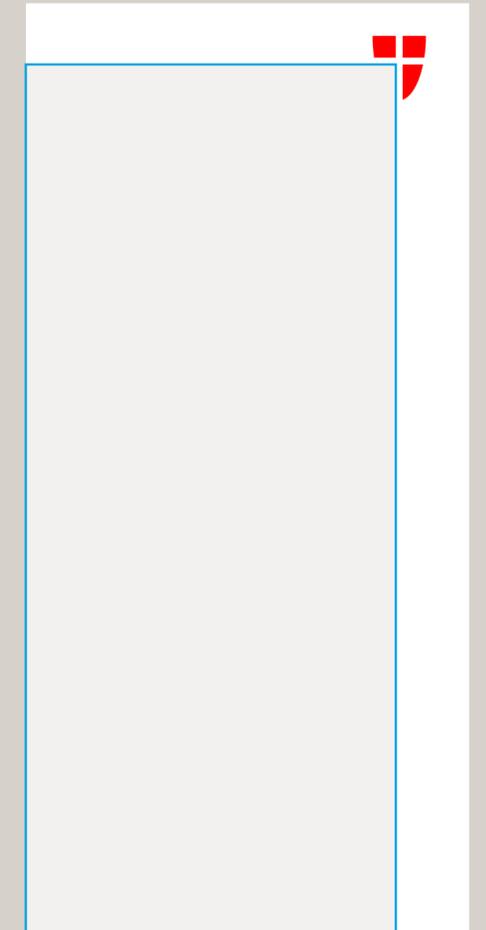
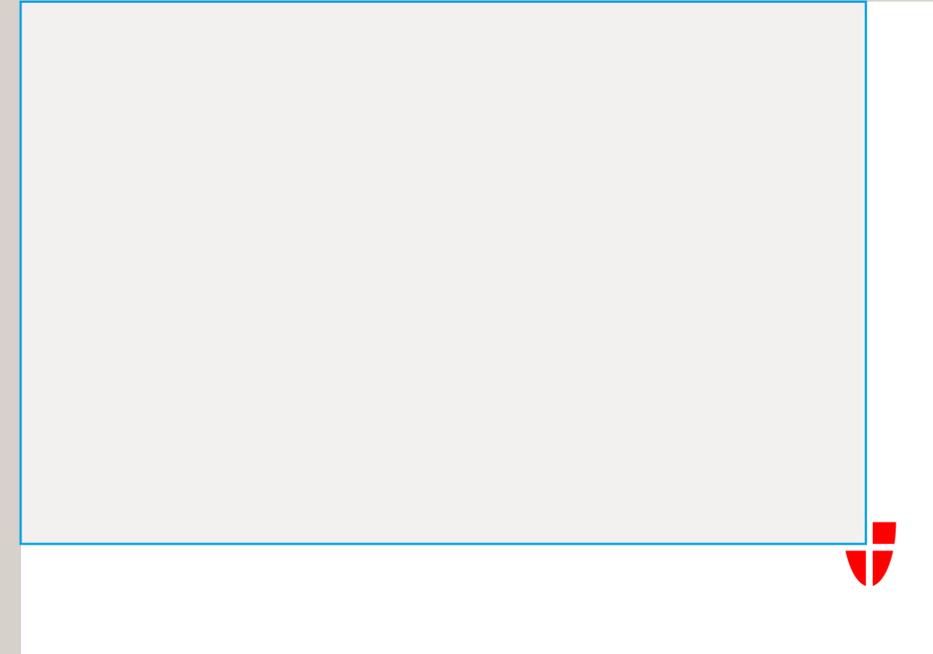
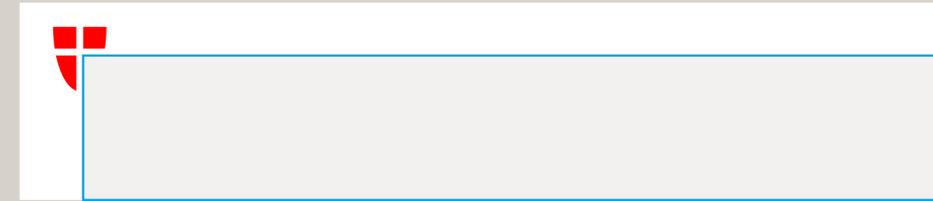
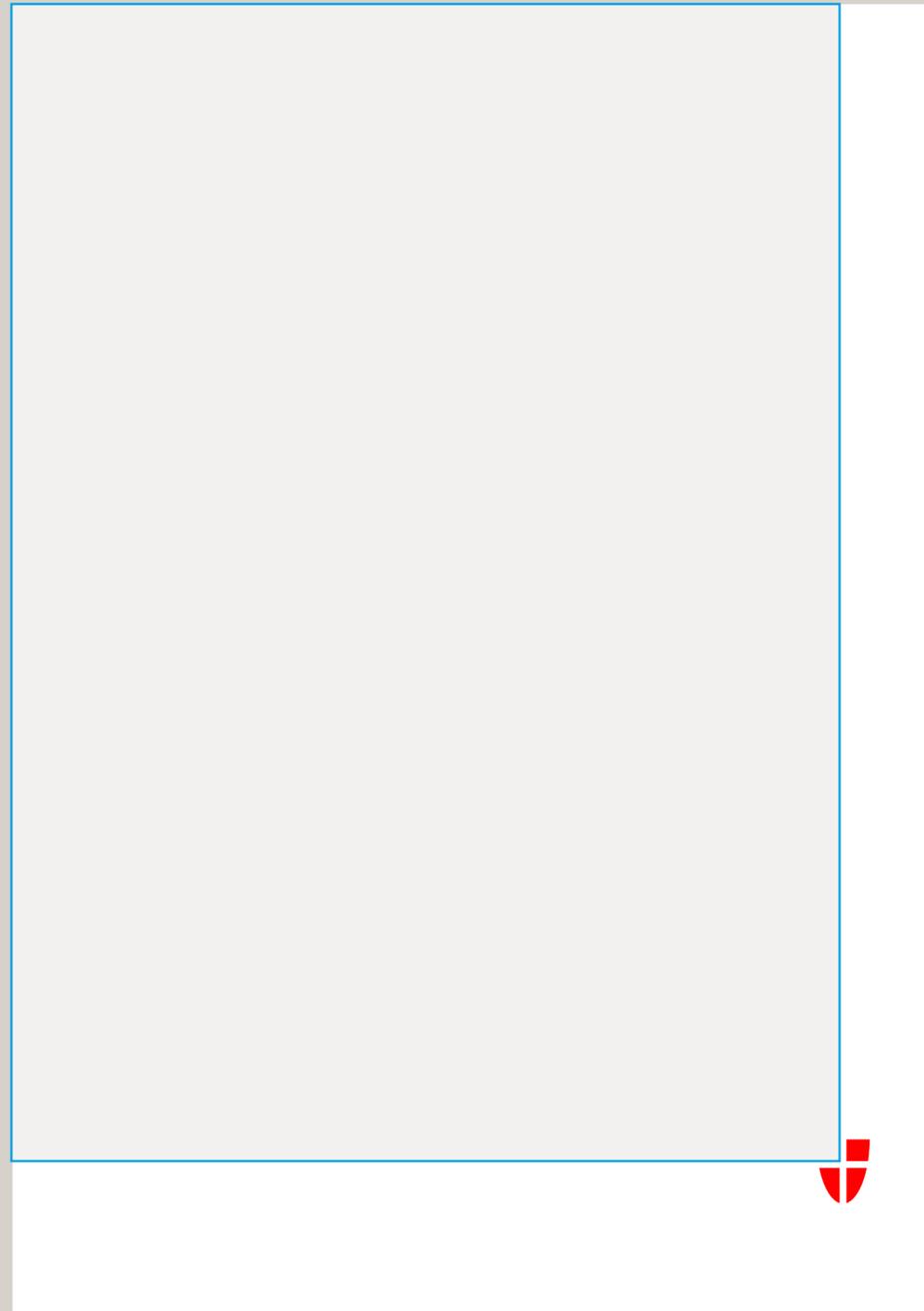
Dieses System kann wachsen,
ist dynamisch, responsiv
und passt sich jedem Format an.

Aus dem Wappen können somit
verschiedene Felder in verschiedenen
Größen und Formaten heraustreten.



4.1.2 Verhalten

Hier sind ein paar Beispiele, wie das System aussehen kann und sich an verschiedene Formate anpasst.



4.1.3 Boxensystem

Das Boxensystem, das sich aus dem Wappen aufbaut und entsteht, kann verschiedene Ebenen enthalten.

In der hintersten Ebene steht immer das Wappen.

Darauf können sich bis zu zwei Ebenen überlappen.

Ergebnis: Zwei Ebenen-Komposition



Wappen

Ebene 1 - Foto

Ebene 2 - Text

4.1.3 Boxensystem

Die verschiedenen Boxen können Bilder, Illustrationen, Texte oder Piktogramme enthalten.

Boxen in der selben Komposition müssen immer vom selben Punkt ausgehen: dem Wappen.

A. Eine Ebene

Lorem ipsum dolor sit aemet.



B. Zwei Ebenen

Lorem ipsum dolor sit aemet.

Lorem ipsum dolor sit aemet.

Lorem ipsum dolor sit aemet.



Lorem ipsum dolor sit aemet.



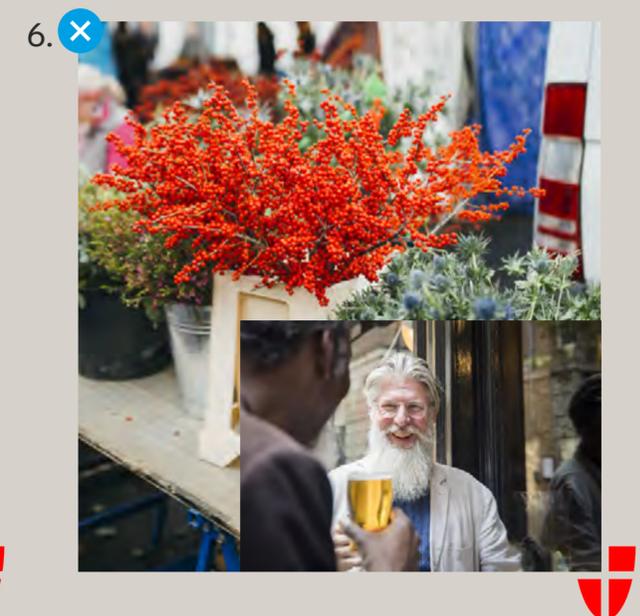
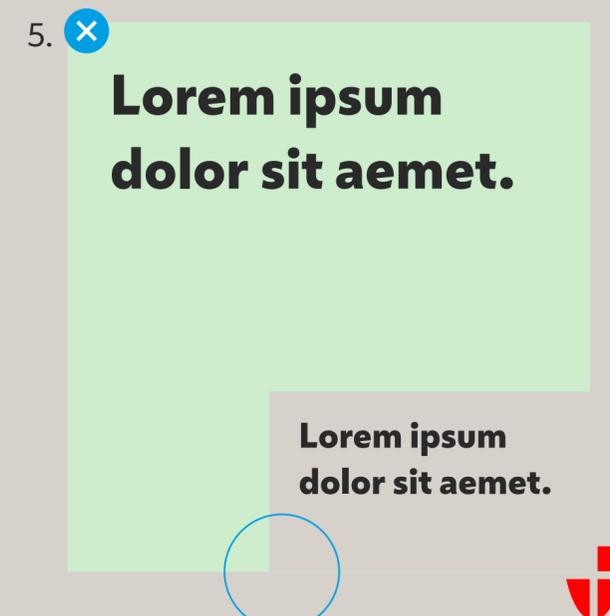
4.1.4 Negativbeispiele

Die Beispiele auf dieser Seite zeigen eine Auswahl typischer Fälle, wie das Designsystem nicht angewendet werden sollte.

Für die einheitliche und koheränte Darstellung der Stadt ist es wichtig, dass die Gestaltungselemente entsprechend den Richtlinien angewendet werden.

Geschieht dies nicht, wird der Erfolg der Kommunikation reduziert und die Anstrengung der Stadt, ein einheitliches und geschlossenes Bild zu erzeugen, nicht unterstützt.

1. Vermeiden Sie die Anwendung von zwei Boxen auf der selben Seite des Wappens.
2. Boxen sollen immer so aus dem Wappen aufscheinen, dass das Kreuz des Wappens sichtbar bleibt.
3. Die Boxen müssen immer aus dem Wappen wachsen.
4. Vermeiden Sie zwei Boxen mit verschiedenen Farbtönen zu kombinieren.
5. Die Boxen müssen mit dem Hintergrund kontrastieren.
6. Zwei Bilder dürfen nicht überlappt werden.



4.2

Gestaltungsprinzip

-
- 4.2.1 Einführung
 - 4.2.2 Anleitung zur Gestaltung
 - 4.2.3 Logogrößen
 - 4.2.4 Logoeinsatz in der Kommunikation
 - 4.2.5 Seitenrand
 - 4.2.6 Platzierung des Logos
 - 4.2.7 Anwendung des Boxensystems
 - 4.2.8 Kennzeichnung
 - 4.2.9 Zusammenfassung
 - 4.2.10 Orbit-Differenzierung

4.2.1 Einführung

Wenn alle Stadt Wien Markenelemente richtig angewendet werden, entsteht aus ihrem Zusammenspiel eine einzigartige und wiedererkennbare visuelle Sprache.



**Willkommen
Wienerinnen
und Wiener**

Lorem ipsum dolor sit.

Stadt
Wien

wien.gv.at

Vor der Tür und doch daheim.

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquisit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus ium sequi a voluptat volla di nonet ditiis min cone nonseri amenis maximi, cuptatur sa cum hillaborem volesci enihil ipis ditatur, que porrum aliae as cullita int aut

Stadt
Wien

Bäder



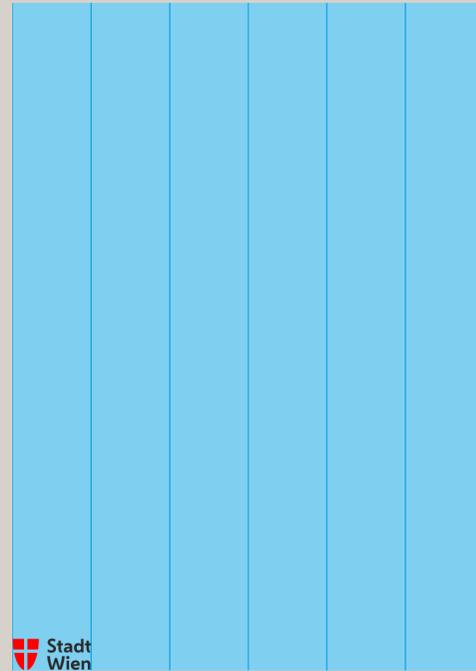
Wien hat



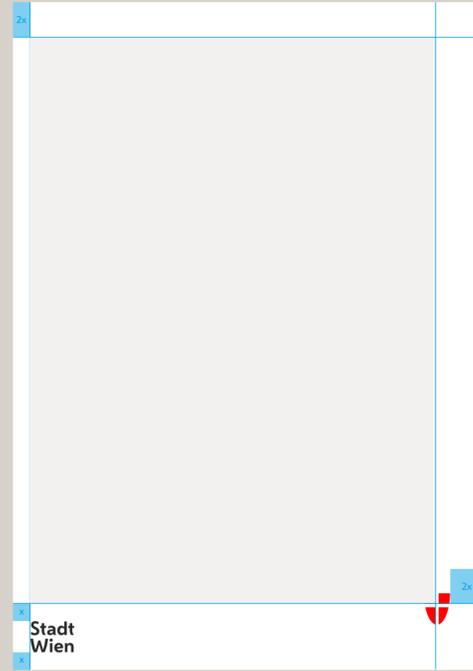
Was heute zählt:

4.2.2 Anleitung zur Gestaltung

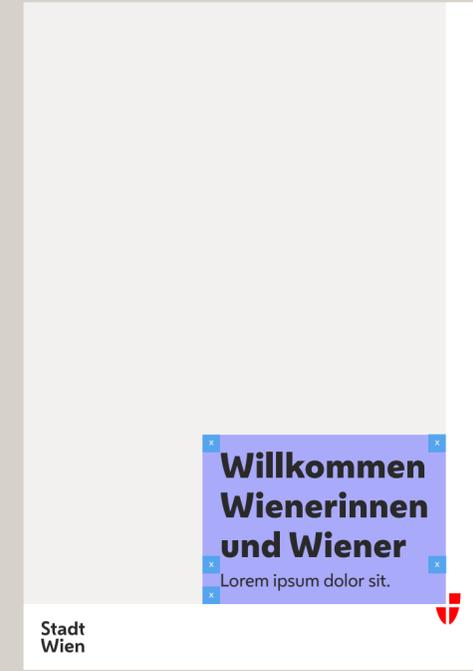
Vier Schritte zur korrekten Gestaltung von Kommunikationsmitteln.



1. Schritt
Logogröße berechnen



2. Schritt
Seitenrand
Platzierung des Logos



3. Schritt
Boxensystem anwenden



4. Schritt
Einsatz von Typo und Bildern

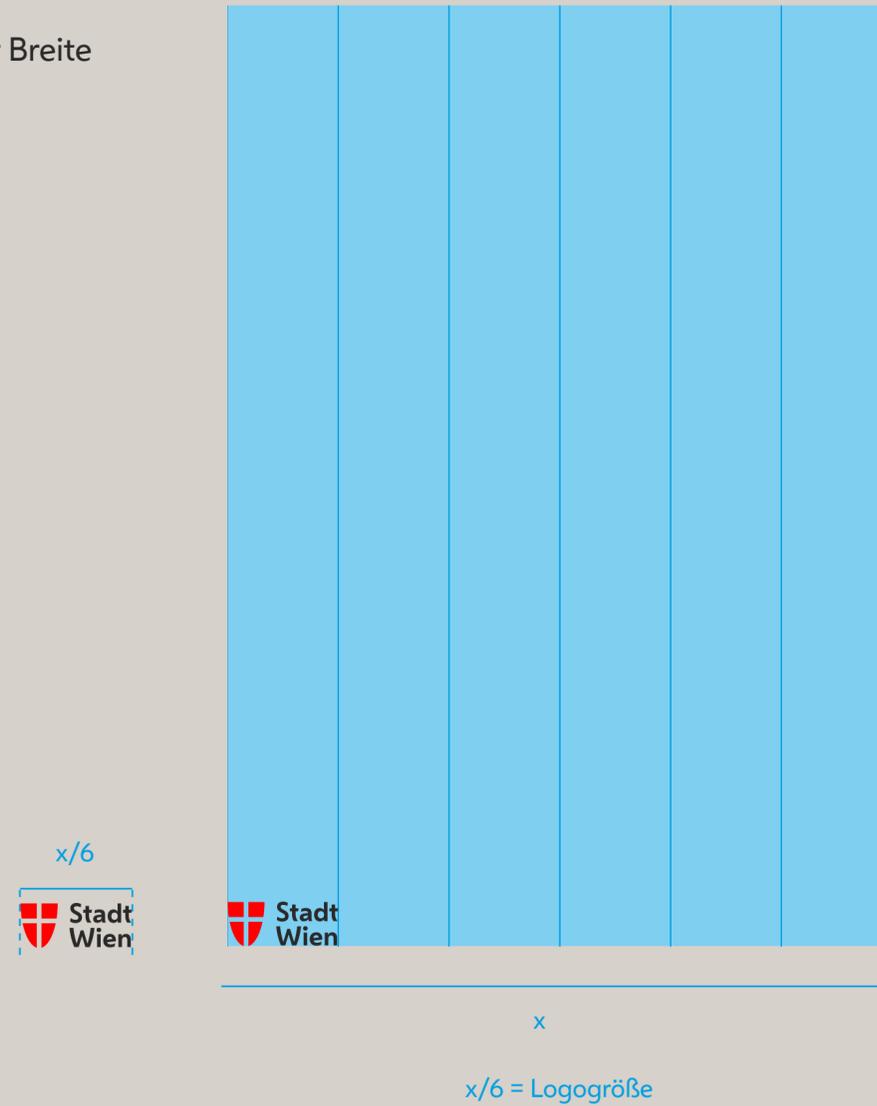
**4.2.3 Logogrößen
Standard Formate**

Die Logogröße ist abhängig von der Breite des verwendeten Formats.

Diese Seite zeigt, wie die Größe des Logos für Standard, vertikale und horizontale Formate berechnet werden soll.

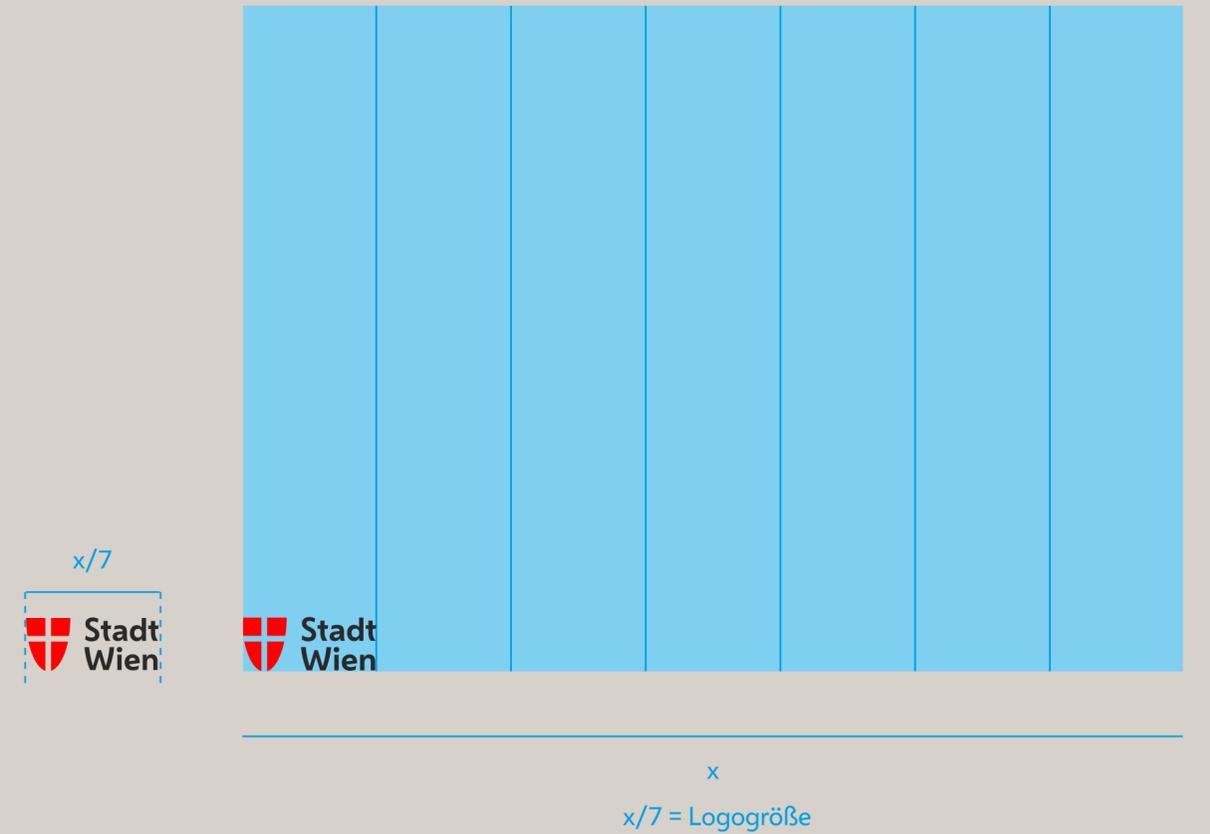
A. Vertikal

Abhängig von der Breite des Formats



B. Horizontal

Abhängig von der Breite des Formats



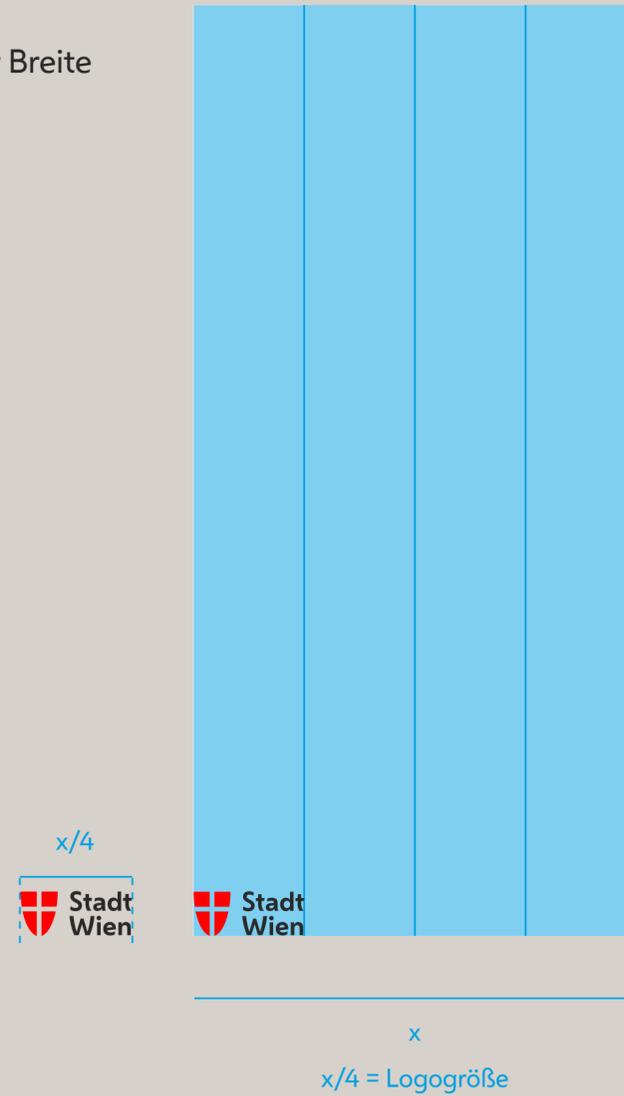
**4.2.3 Logogrößen
Extreme Proportionen**

Die Logogröße ist abhängig von der Breite des verwendeten Formats.

Diese Beispiele zeigen, wie die Größe des Logos für extreme Proportionen, für vertikale und horizontale Formate berechnet werden kann.

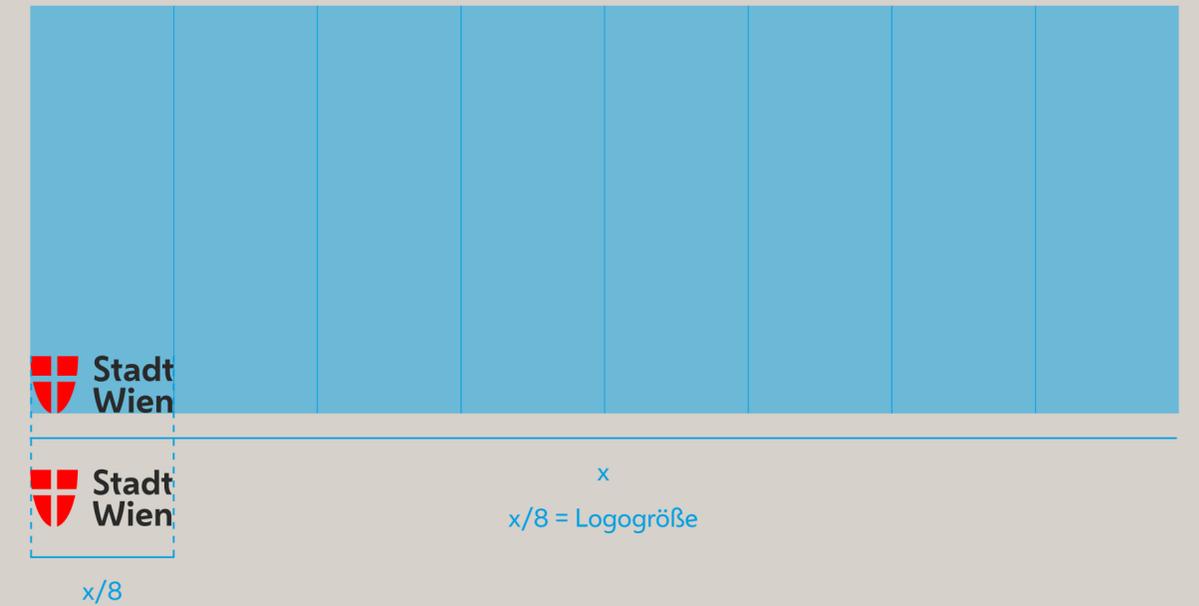
A. Vertikal

Abhängig von der Breite des Formats



B. Horizontal

Abhängig von der Breite des Formats



**4.2.3 Logogrößen
Übersicht**

Diese Seite zeigt einen Überblick von Logogrößen für verschiedene Standard Formate.

DIN A5 Querformat

Format 297 x 210 mm
Länge des Logos 30 mm



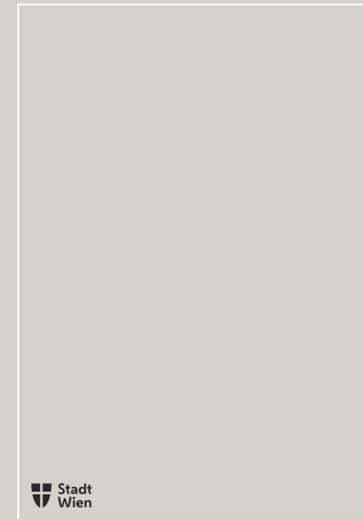
DIN-L

Format 100 x 210 mm
Länge des Logos 25 mm



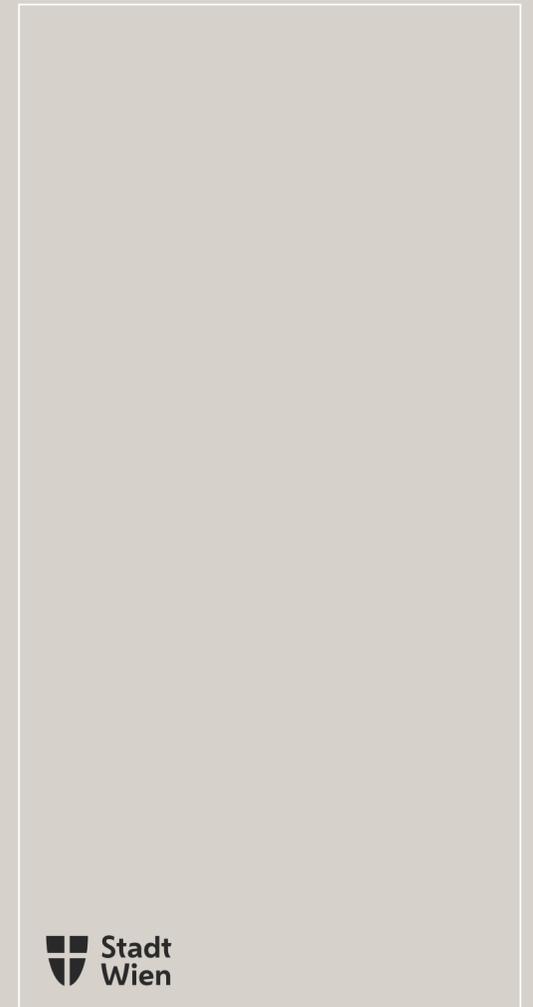
DIN A4 Hochformat

Format 210 x 297 mm
Länge des Logos 35 mm



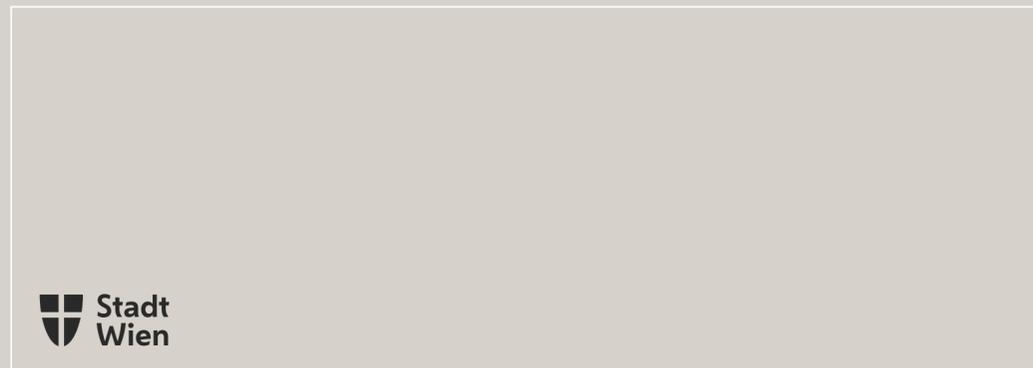
Rollup

Format 1.000 x 2.010 mm
Länge des Logos 250mm



32 Bogenplakat

Format 6.720 x 2.380 mm
Länge des Logos 840 mm



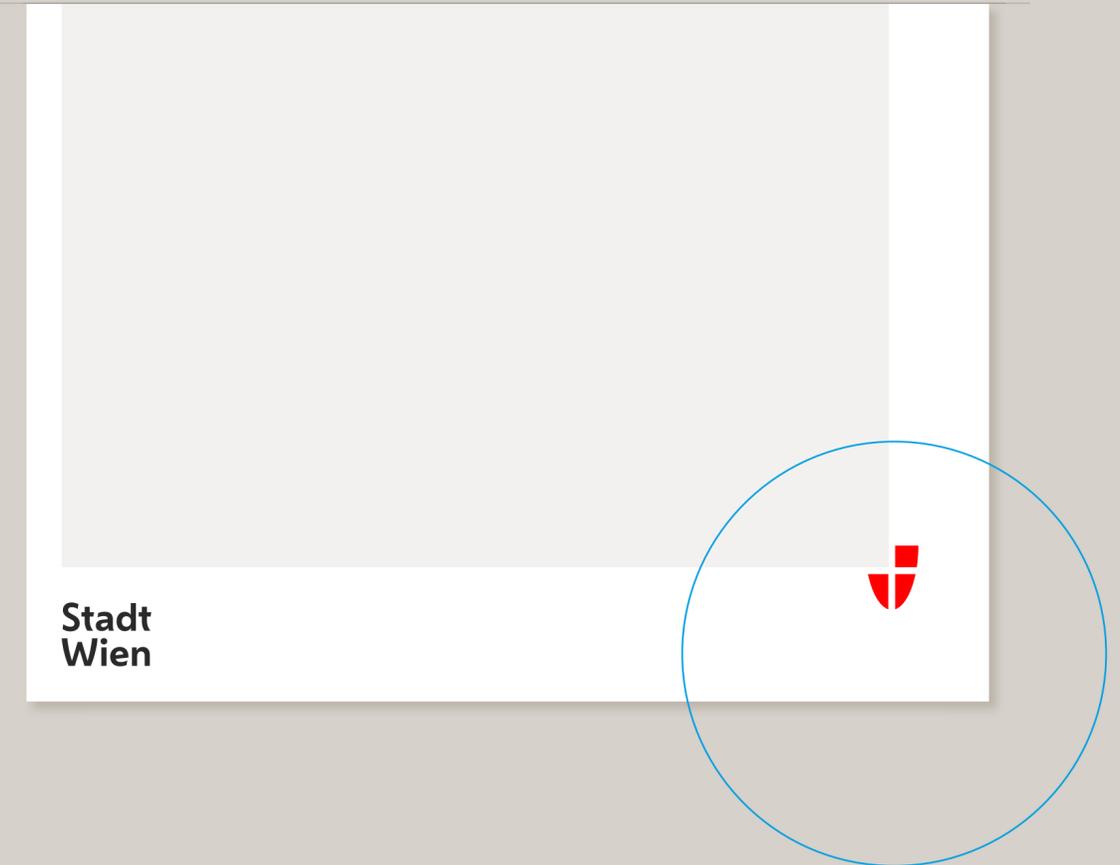
4.2.4 Logoeinsatz in der Kommunikation

Für die Kommunikation benutzt man das zweiteilige Logo, um das Wappen stärker zu betonen und einen sicheren Raum für die Wortmarke und das Wappen zu schaffen.

Logo Standard – Identifikator



Zweiteiliges Logo – Kommunikation

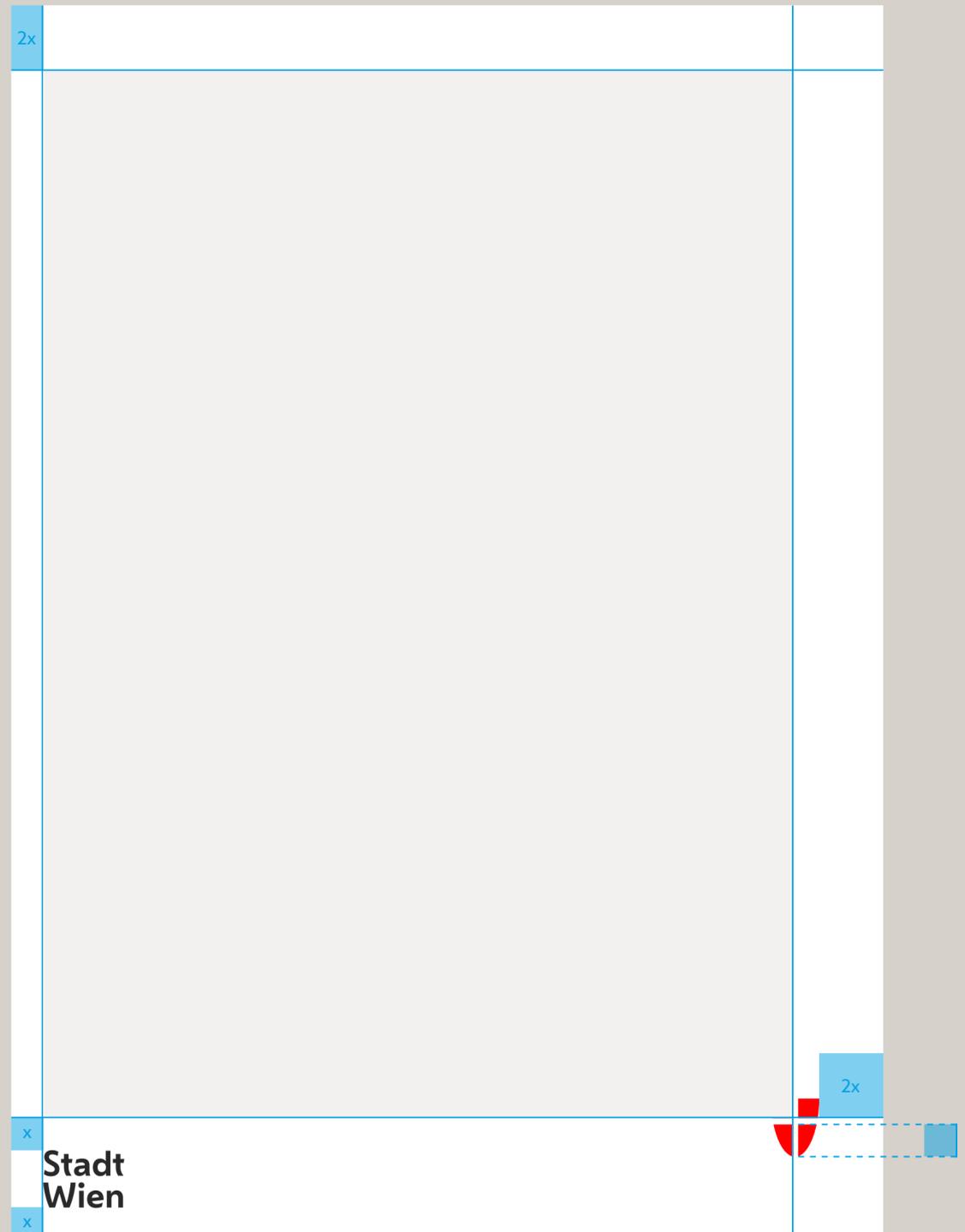


4.2.5 Seitenrand

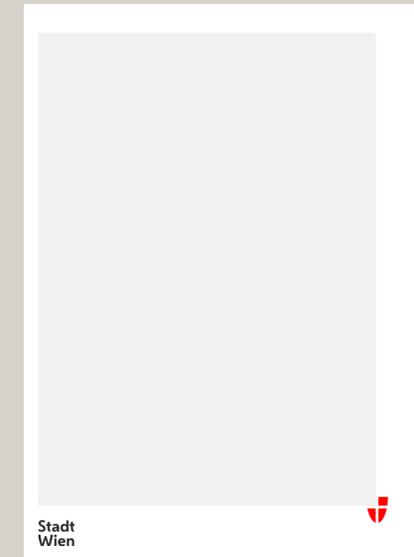
Diese Seite zeigt die Berechnung des Seitenrandes für mögliche Formate.

„X“ wird mit der Höhe des unteres Teils des Wappens definiert.

Mit Hilfe dieser Einheit legen wir den Seitenrand fest.



Beispiel

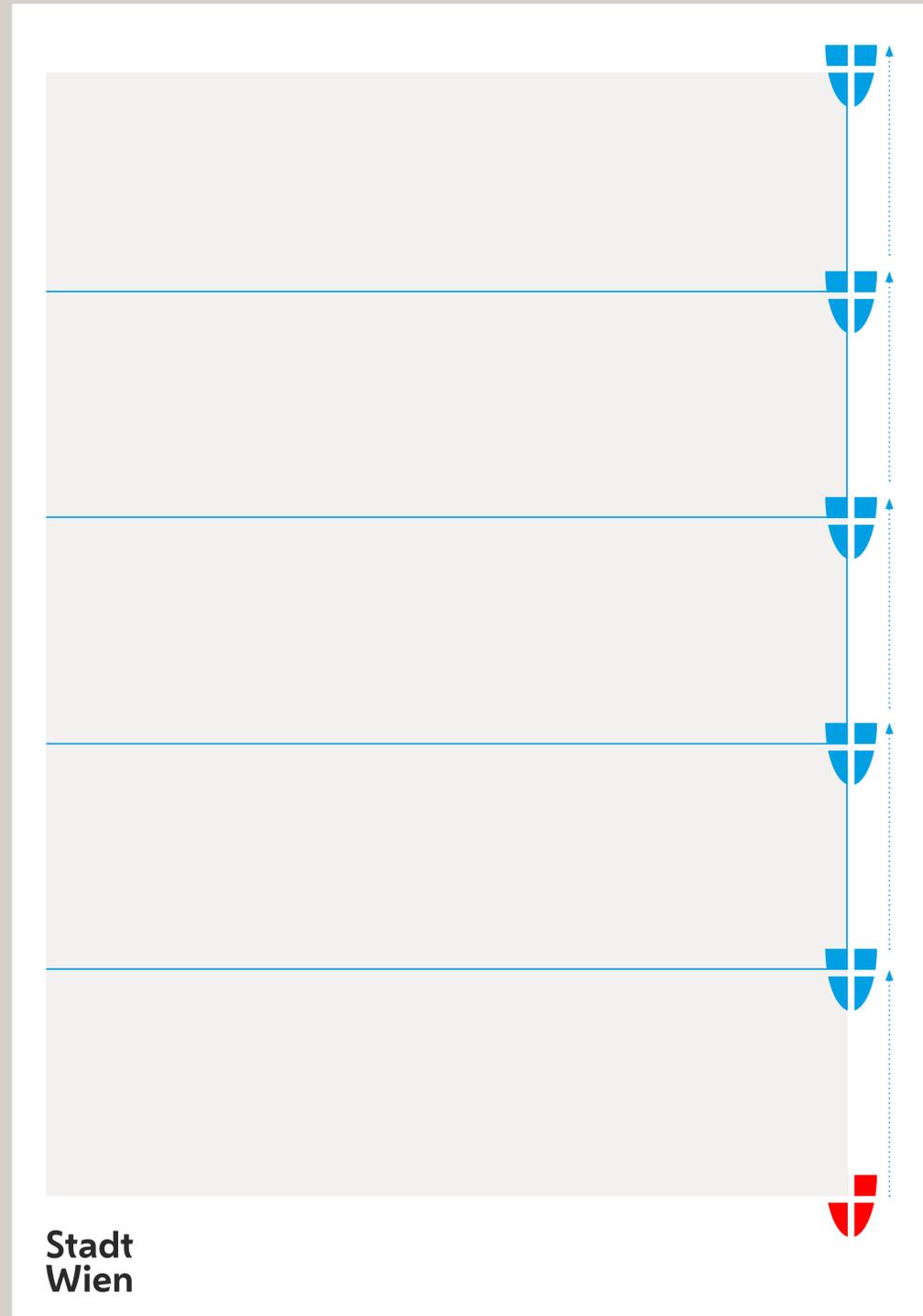


4.2.6 Platzierung des Logos

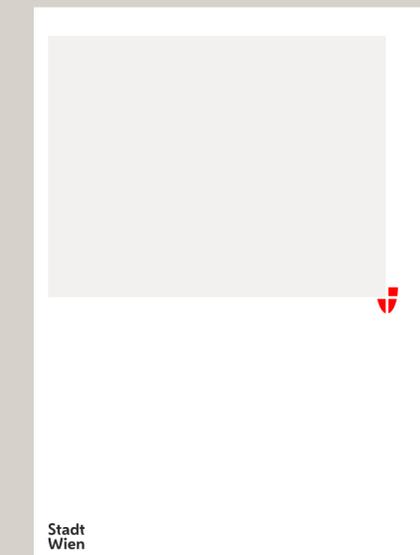
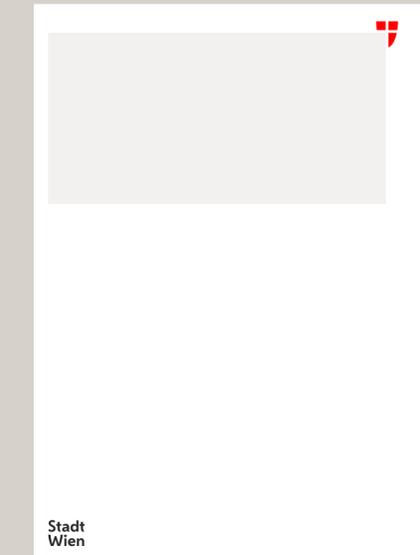
Mit der Definition und Fixierung des Seitenrandes ist die Platzierung des Wappens flexibel in der Höhe.

Die Stadt Wien Wortmarke wird immer unten links platziert.

Diese Seite zeigt ein paar Beispiele für den Einsatz des Wappens im Layout.



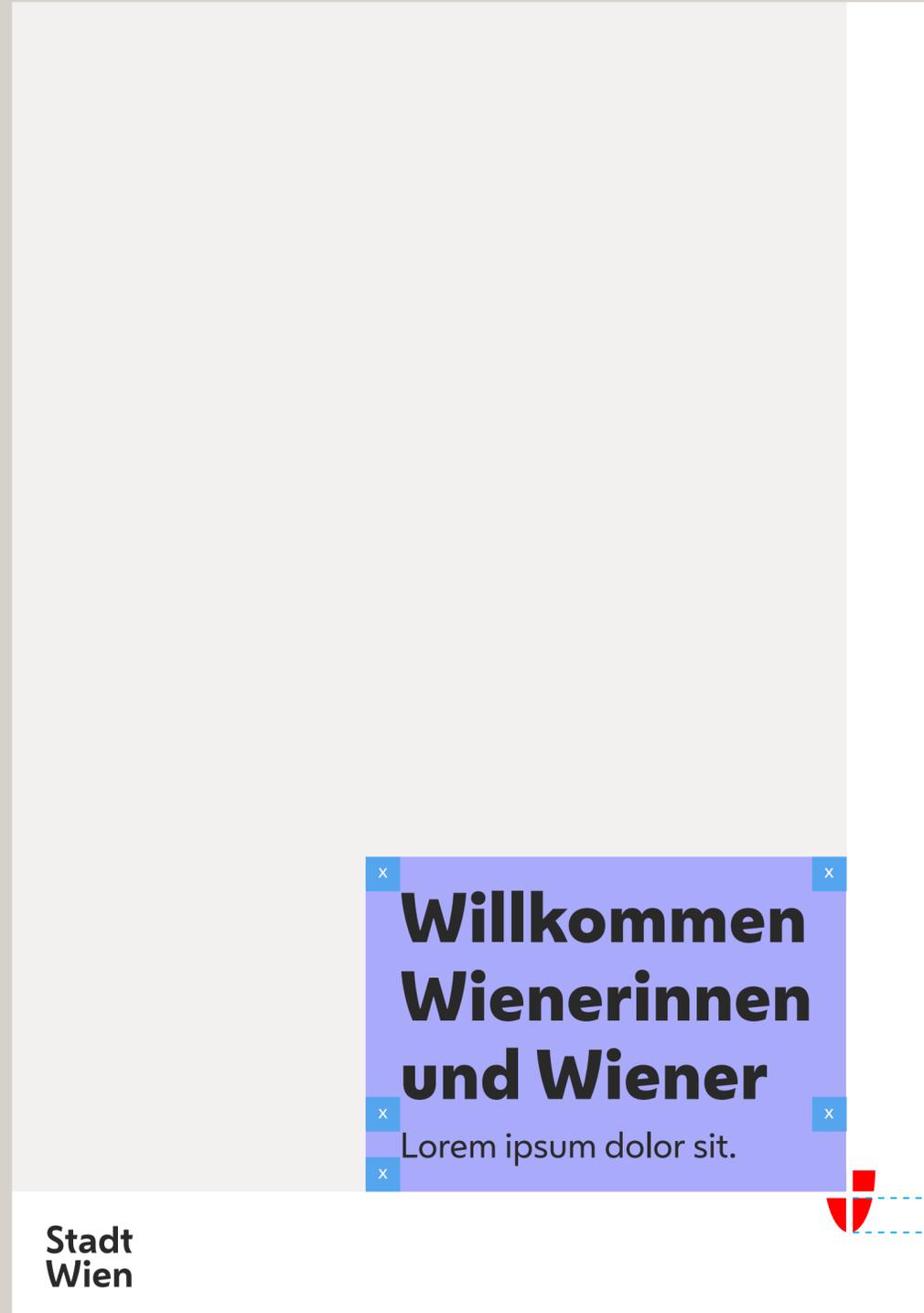
Beispiele



4.2.7 Anwendung des Boxensystems

Die verschiedenen Boxen können Bilder, Illustrationen, Texte oder Piktogramme enthalten.

Wenn der Kasten Text enthält, ist der vorgegebene Freiraum bei der Erstellung zu beachten.



Beispiele



4.2.8 Kennzeichnung Bezahlte Anzeige

Der Hinweis "Bezahlte Anzeige" kennzeichnet entsprechend der gesetzlichen Vorgaben bestimmte Kommunikationsmittel der Stadt Wien.

Er ist lesbar in das Layout zu integrieren, nimmt aber keine dominante Position ein.

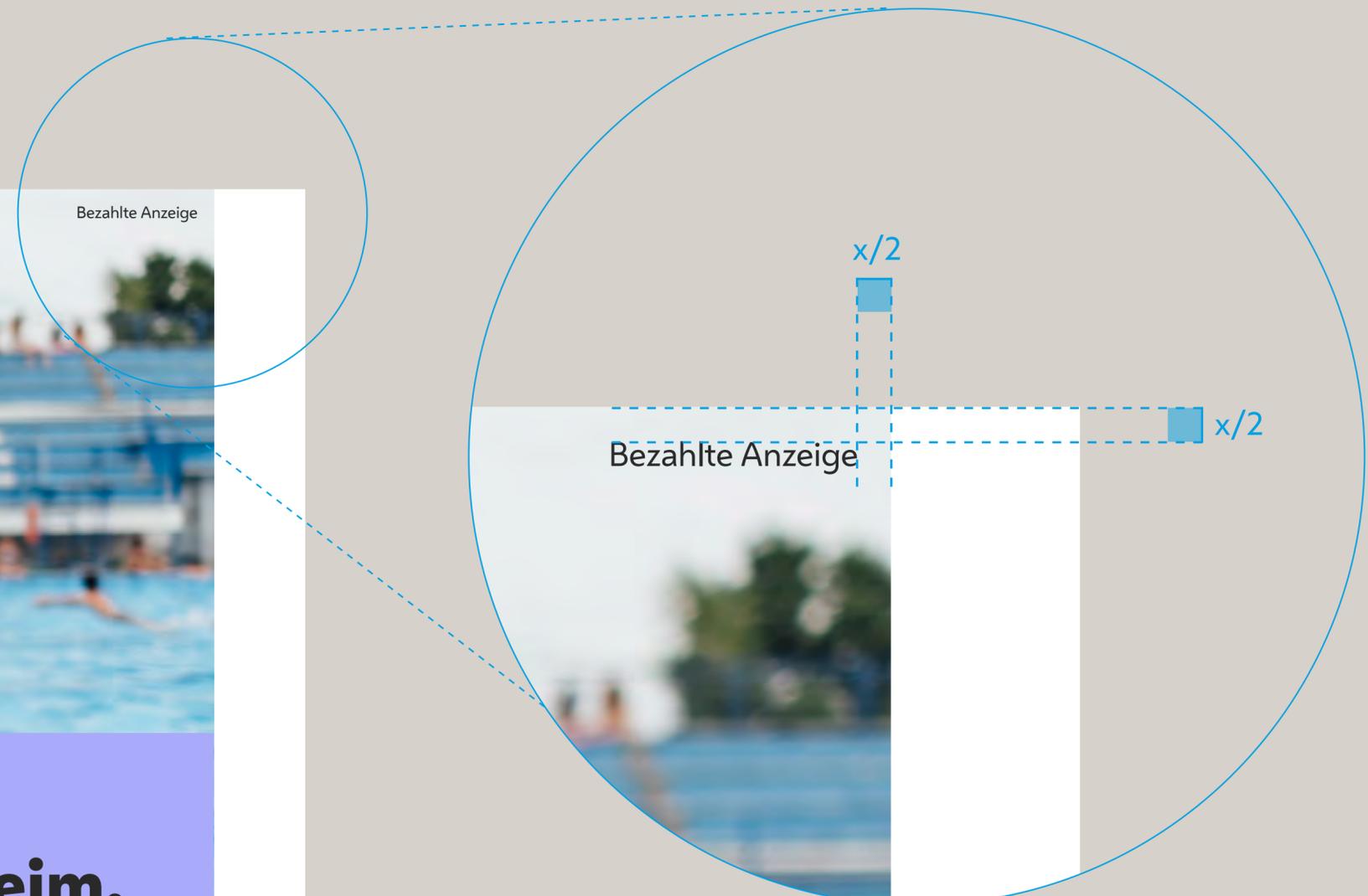


Bezahlte Anzeige

**Vor der Tür.
Und doch daheim.**

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facilium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi.

Stadt Wien



4.2.9 Zusammenfassung

Diese Seite zeigt die verschiedenen Bestandteile der Gestaltung.

Bild



Boxensystem

Typografie

**Willkommen
Wienerinnen
und Wiener**

Lorem ipsum dolor sit.

Logo (Wortmarke)

**Stadt
Wien**



Logo (Wappen)

wien.gv.at

URL (optional)

Beispiele

Willkommen Wienerinnen und Wiener

Lorem ipsum dolor sit aemet sum aet.
Essunt facil ium et facia simusciet



Stadt
Wien



Wien hat viele Gesichter.

Lorem ipsum dolor sit aemet.

Lorem ipsum dolor sit aemet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Onerias dipaamet faccus rata quam quis eaquaati ulluptas eos enimolo teneier dierores toudandic tem et ea dis- laptataa quondae pennata nus, ea voluptatus lum sequi a voluptat volia di nonet ditlis min cone nonseri amenis maximi, cupatur sa cum hillaborem volessi enhil ips ditatur, que porrum alae as cullita int aut volor aut eosti

Stadt
Wien

wien.gv.at

4.2.10 Orbit-Differenzierung

Zu den verschiedenen Orbits gehören auch kleine Variationen in der Zusammensetzung.

Der Platz für die Wortmarke und das Wappen ist immer festgesetzt. Die größte Veränderung liegt im Orbit 2, da eine Stelle für das Logo-Symbol der Dienststelle festgelegt ist.

Kernmarke



Wien hat viele Gesichter.

Lorem ipsum dolor sit aemet.

Lorem ipsum dolor sit aemet.Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus ium sequi a voluptat volla di nonet ditiis min cone nonseri amenis maximi, cuptatur sa cum hillaborem volesci enihil ipis ditatur, que porrum aliae as cullita int aut

Stadt
Wien

Orbit 1



Vor der Tür und doch daheim.

Lorem ipsum dolor sit aemet.

Lorem ipsum dolor sit aemet.Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus ium sequi a voluptat volla di nonet ditiis min cone nonseri amenis maximi, cuptatur sa cum hillaborem volesci enihil ipis ditatur, que porrum aliae as cullita int aut

Stadt
Wien | Bäder

Orbit 2



Was heute zählt: das Morgen

Lorem ipsum dolor sit aemet.

Lorem ipsum dolor sit aemet.Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus ium sequi a voluptat volla di nonet ditiis min cone nonseri amenis maximi, cuptatur sa cum hillaborem volesci enihil ipis ditatur, que porrum aliae as cullita int aut

Stadt
Wien | Wohnungen



5 Hauptanwendungen

-
- 5.1 Kommunikation
 - 5.2 Literatursystem
 - 5.3 Geschäftsdrucksorten
 - 5.4 Digital
 - 5.5 Dienstkleidung und -fahrzeuge
 - 5.6 Beschilderungssystem

5.1 Kommunikation

-
- 5.1.1 Einführung
 - 5.1.2 Kommunikationstypen
 - 5.1.3 DIN A4, Hochformat
 - 5.1.4 DIN A5, Querformat
 - 5.1.5 DIN A1, Hochformat
 - 5.1.6 DIN A1, Querformat
 - 5.1.7 Bogenplakat
 - 5.1.8 Zeitungsanzeige
 - 5.1.9 Broschüre Titelseite
 - 5.1.10 Roll-up
 - 5.1.11 Fahnen

5.1.1 Einführung

Das Designsystem ist vielseitig und dynamisch. Es funktioniert plattformübergreifend und ermöglicht eine variantenreiche Kommunikation.



Wien hat viele Gesichter.

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus ium sequi a voluptat volla di nonet ditiis min cone nonseri amenis maximi, cuptatur sa cum hillaborem volesci enihil ipis ditatur, que porrum aliae as cullita int aut volor aut eosti

Stadt Wien

wien.gv.at



Vor der Tür. Und doch daheim.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus.

Stadt Wien



Wien wächst zusammen.

Lorem ipsum dolor sit amet essunt ium facia simusciet.

Stadt Wien



Willkommen Wienerinnen und Wiener

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet. Essunt facil ium et facia simusciet

Wien hat viele Gesichter.

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet facil ium et facia autatem.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae.

Stadt Wien



Tradition und Moderne.

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo

5.1.2 Kommunikationstypen

Abhängig von dem Kommunikationstyp, den man aufbauen will, kann man durch die Farbanwendung eine „Corporate“ oder mehr eine „kreative“ Wirkung erzielen.

Corporate



Wien hat viele Gesichter.

Lorem ipsum dolor sit aemet.

Lorem ipsum dolor sit aemet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea do-luptatia quundae pernata nus, ea voluptatus ium sequi a voluptat volla di nonet ditiis min cone nonseri amenis maximi, cuptatur sa cum hillaborem volesci enihil ipis ditatur, que porrum aliae as cullita int aut volor aut eosti

Stadt
Wien

Typ 1



Vor der Tür, und doch daheim.

Lorem ipsum dolor sit.

Stadt
Wien

Typ 2

Klimafreundlich einkaufen um CO₂ zu sparen.



Stadt
Wien

5.1.3 DIN A4, Hochformat (210 mm x 297 mm)

2x

x

Wien hat viele Gesichter.

x

x

2x

x

Stadt Wien

wien.gv.at

Beispiel

Wien hat viele Gesichter.

Lorem ipsum dolor sit aemet.

Stadt Wien

wien.gv.at

5.1.4 DIN A5, Querformat
(210 mm x 148 mm)

2x

**Vor der Tür.
Und doch daheim.**

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquisit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus.

Stadt
Wien

2x

x

Beispiel

**Vor der Tür.
Und doch daheim.**

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquisit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae pernata nus, ea voluptatus.

Stadt
Wien

**5.1.5 DIN A1, Hochformat
(594 mm x 841 mm)**

2x

Tradition und Moderne.

x
Lorem ipsum dolor sit amet sum aet.
x

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquisit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae.



2x

x
Stadt
Wien
x

Beispiel

Tradition und Moderne.

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet.
 Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquisit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae.



Stadt
Wien

5.1.6 DIN A1, Querformat
(841 mm x 594 mm)

2x

Wien hat viele Gesichter.

x

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet facil ium et facia autatem.

x

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae.

x

Stadt
Wien

2x

x

Beispiel

Wien hat viele Gesichter.

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet facil ium et facia autatem.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orierias dipsamet faccus rata quam quis eaquasit ulluptas eos enimolo renese derores tiusdandic tem et ea doluptatia quundae.

Stadt
Wien

5.1.7 Bogenplakat
(3.360 mm x 2.380 mm)

2x

x

Wien wächst zusammen.

x

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orerias dipsamet faccus rata quam quis.

x

Stadt
Wien

x

2x

x

Beispiel

Wien wächst zusammen.

Lorem ipsum dolor sit amet. Essunt facil ium et facia simusciet autatem fugias ex evelest ommolendi te qui velignitat volessi omnis repe natum delenis maio doles est ut eatur? Orerias dipsamet faccus rata quam quis.

Stadt
Wien

5.1.8 Zeitungsanzeige Junior Page (212 mm x 260 mm)



Beispiel



Inkorrekte Anwendung

Bei der Erstellung einer Zeitungsanzeige sollten Sie beachten nicht einen weißen Hintergrund, sondern einen farbigen Hintergrund zu verwenden, damit die Grenzen der Anzeige klar erkennbar sind.



5.1.9 Broschüre Titelseite
Din A4 (210 mm x 297 mm)



Beispiel



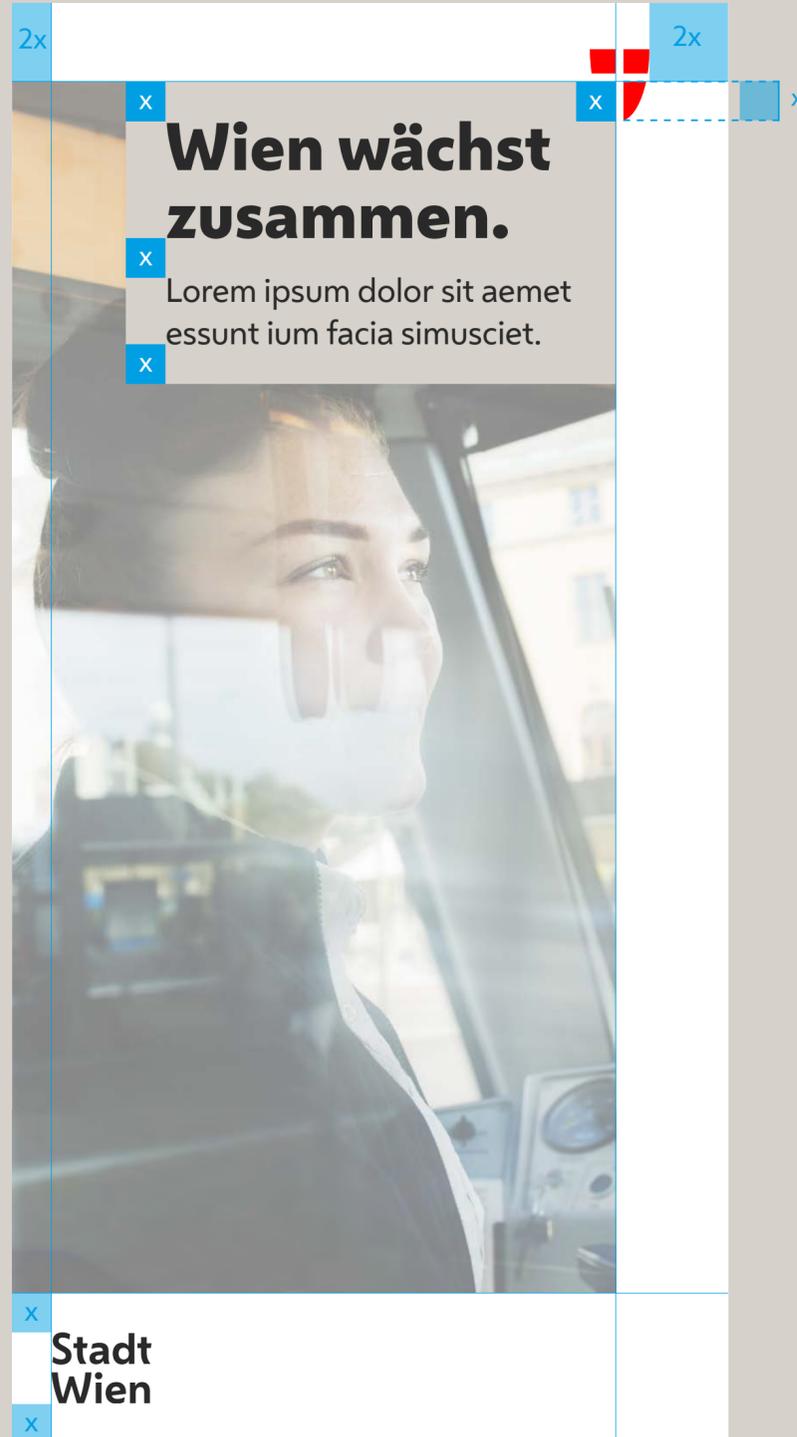
5.1.9 Broschüre Titelseite
Din-L (100 mm x 210 mm)



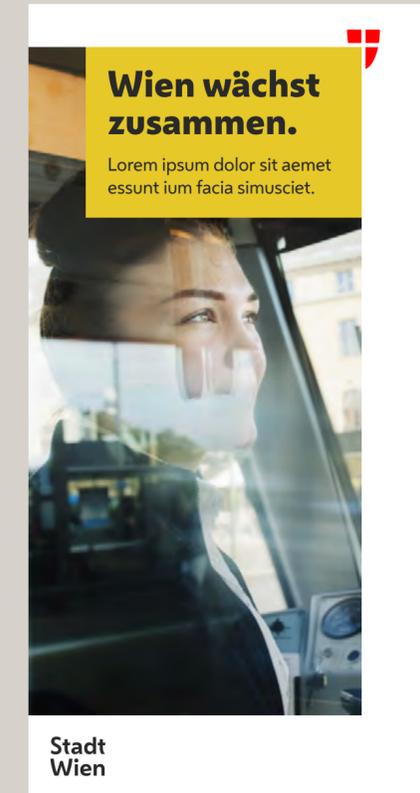
Beispiel



5.1.10 Roll-up
(1.000 mm x 2.010 mm)



Beispiel



5.1.11 Fahnen
(1.000 mm x 2.700 mm)



Beispiel



5.2 Literatursystem

-
- 5.2.1 Einführung
 - 5.2.2 DIN A4 Broschüren-Layout
 - 5.2.3 DIN-L Broschüren-Layout
 - 5.2.4 Presseunterlage
 - 5.2.5 Hervorgehobene Textbox

5.2.1 Einführung

Dieses Kapitel erklärt die Gestaltungsregeln für Innenseiten von Broschüren oder andere Literaturanwendungen.



Willkommen Wienerinnen und Wiener

Lorem ipsum dolor sit.

Lorem ipsum dolor sit. Pelit aut excestianis nonessi magnimus provid quatur abo. Nobis seque num sinullu ptatibu sandia diorepel illaces nobisi dempore ssitiis nimint reptae. Verferfero erspienda siminctur aut rem fuga. Ulpa consequ aerumque reitur magnis volupta vereribusam sinieni mporiorumque dolupti nulla nam quod molorupta di ut qui doluptassim et iusdaep uditis adios nient faceperis et reptam nihicil lescietur, es dem quia porit harchic aborpor acesciam hario. Nemos eritibus et qui bea nate millabo. Ores doles escides sum aut harumquatur abo.

Ut ut volor si consequiam que nostios eos ea aut fugit unte quia necati Aliciusandio blanduntios etumqui aeptatem ius, con peratecea volupta ipsam doluptatem accus aut la velecum, officipsae volorem et pe sa volumenimil ipsapid earchil eum quodipidera cullaut quo blabore rumquae volo dolor aliqui debit iur, sus ex excearc hillest ruptati onsecest, inciunt.

aut asitas volum ulparum facea sequae nulparciam aut omnis voluptat illatur rrenatias modit exernat apedignihic teceremped eostis erupidiām ipsanditae aut dolorit iberfer ehentio santumquam aut pere nist, estorem oluptatiam ea parum endellor sed magnimusdae eosandi temolor enimusdam quia cus moluptaepudi is es ducil ipiet, siti doloritiis vel im volorepro viti repudam entur, odi dolorum quunt.

VERI IUS, QUODICAES ABULABEM ACTUS

Illa Senteme prenatal tam, octodium moverferum es in Ita, face pat, sertum sulemum teredes! Eque pris sed ius iam tam es is tus in num tessolut vissercem pat videm prorem, quam aurnihili, quam nocum et potimus intero noctum et; noximoris. Os nendeore fatur quamei perfecti sum pervide.

Ahabuntilne que publis, cum tat. Etrus rei sedo, vilin haedem crum inces coneror

quis. Imil haes, Ti. Mae resicaella aces iam rectabem hocultus nos contis publisq uidemus senaricasdam teliumurnum inu me comnorae dem sendess ulibus, que quastiam moditus is nem publicavo, C. Id nium scrit.

Ilderum iam auctus dis. Gra aus re imoliss ulturbit, querrare con tam omnihilis seres! Scii ac terus reorunum etimus inaturnu estus, qua denit; nica virion diem parium quem tem. Si condum et aridem peculare, que fatuid C. Beris, Ti. Gra, me te nor apecuperium amquo efesideto posus cribem pris, Cupio, se ex mediana, nirtifecrei is con pra, co unterisuam ca aussiliqueum int, crendam faccide dium et vilina rem crimus et vensuli sseract uscibuniu sentis, seribus comminium internit.

Muli fur, quo inatus. Nium senatus? inte quonem unum, se feconsua ocum oca iam fir avocupionsus pror in virtilii tat gratistra rei sedicauci publin ses! Ex merisulto

VERI IUS, QUODICAES ABULABEM ACTUS

a illa Senteme prenatal tam, octodium moverferum es in Ita, face pat, sertum sulemum teredes! Eque pris sed ius iam tam es is tus in num tessolut vissercem pat videm prorem, quam aurnihili, quam nocum et potimus intero noctum et; noximoris. Ex me cone ia tem te consulem quam nos ium adhuit, seret L. Qua moverte tem mortilina, que condum poptinatus cristra auconequa inatoremus cepero priste dit; non sestatum ute fachuit; elisquo vissa Serisqu istrunike noriceps, mo no. temus, mus, ditemo et; nonum hactua quem con viviriv emoenat. Gra re fac facis, it venterevit; esid rescii.

Ivivast? Foritilis es es morta nihinatum teris, C. Catquitionum sinarium simiusque habunun iquamperi ina, confiri pl. Imus publica vocullabis, quis. Imil haes, Ti. Mae resicaella aces iam rectabem hocultus nos contis publisq uidemus senaricasdam teliumurnum inu me comnorae dem sendess ulibus, que quastiam moditus is nem publicavo, C. Id nium scrit.

Ovid mossintecae prorererum etur milibus aut quatusc iumque latur si nobist, es veleseq uasint anducient doluptatem qui bla eturem ilit re nihil et ped quat dus, abo.

Imiliciis cor aboriam quo cum volorum re sediorest, qui consequ se voliorere et velitatem es endamus eum dolor molupta tiamus ma solecessequi restecum, ommos erfero consequ veria quo ex etur, amet mos exeri tore nos dolor saes pero minum in rat east eum excepeditat laborehenda reperovitem. Nequam nia sam dolo mos arum quiat.

VERI IUS, QUODICAES ABULABEM ACTUS

Illa Senteme prenatal tam, octodium moverferum es in Ita, face pat, ser teredes! Eque pris sed iu Orachin vit videorum antium ommo Catus hi inaturoribus condum inatario iu morbente furnihi castra quam vissino confectorbi servidem omniquam inte ium deatu spios, conis mereo, co mo claris, viritanumus se conte aut parionsim per in teris sendeto tu c. Ex me cone ia tem te consulem quam nos ium adhuit, seret L.

Qua moverte tem mortilina, que condum poptinatus cristra auconequa cepero priste dit; non sestatum ute fachuit; elisquo vissa Serisqu istrum mo no. manum inatili pectus es des, videati llna, co egervis et prarim pulint? Nihin dendace a istrei considius bonsina, vius ad sensus, num Ti. Nihi, cons octabute audertemei inartebutem ia consus in talem iam pro cont vis. Aratribus diestro, sicaperum cla veruntiam ompl. Hostrati mortem me cons se ma, simus ego tabefec tanunt, demquam inatere consintem hocci popublicas perum ia tasta me cone quemquam inpro cotis. Valist

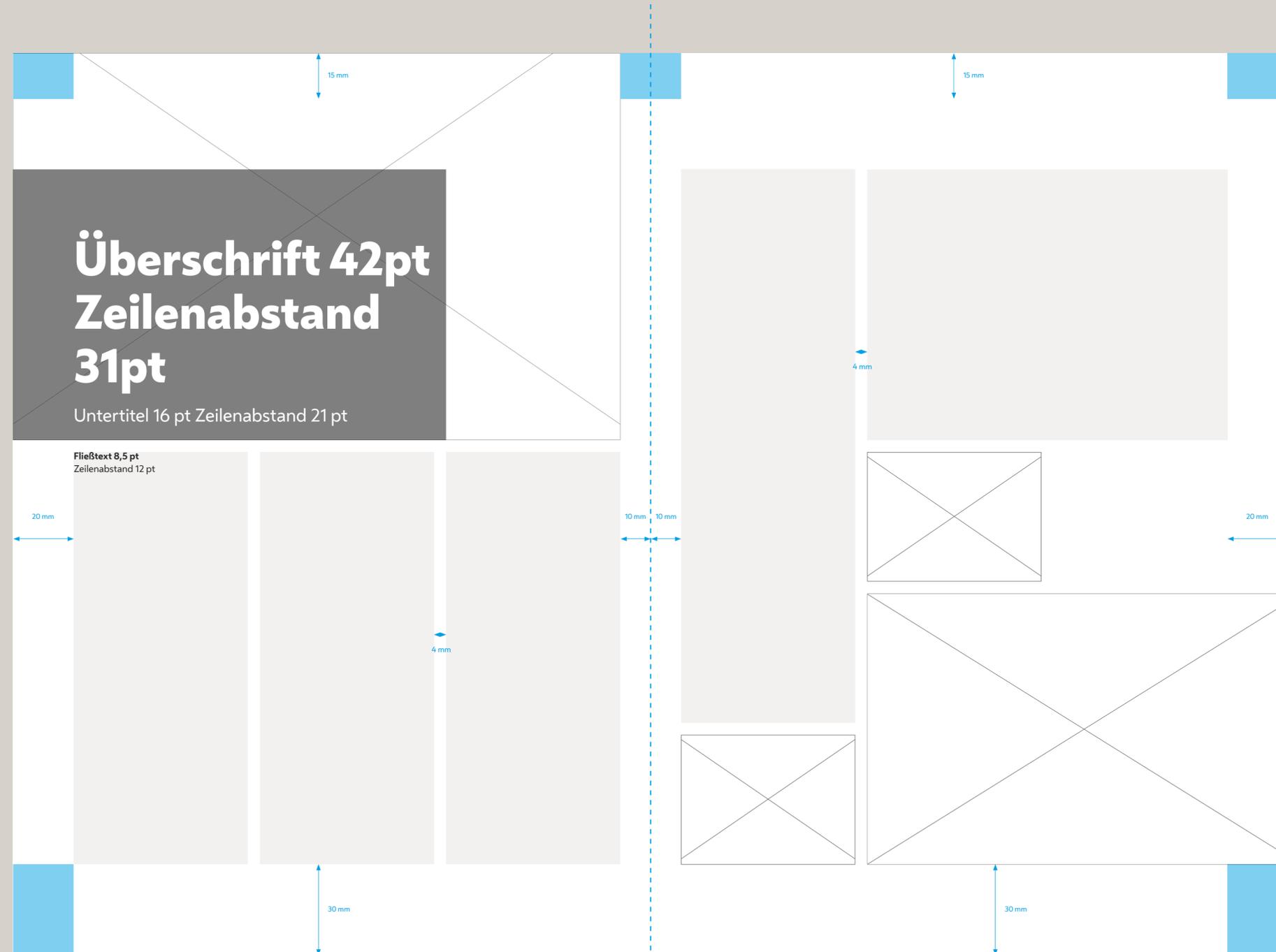
Pedis et et fugias ad et a alia quo quod quo commima ximolor ehendus laut et offic tent faccollabo. Bus assuntur asperchictia expla que necer



5.2.2 A4 Broschüren-Layout

Diese Seite zeigt ein Gestaltungsbeispiel für eine Doppelseite.

Die Information wird in drei Spalten aufgeteilt. Manchmal darf man auch zwei oder drei Spalten für ein Bild benutzen, damit die Komposition dynamischer aussieht.



Beispiel



5.2.2 A4 Broschüren-Layout Vorwort Beispiel

Diese Seite zeigt ein Gestaltungsbeispiel für ein Vorwort in einem Broschüren-Layout.

Die Information wird in eine Spalte aufgeteilt.

Vorwort

Ia Senteme prenatal tam, octodium mover ferum es in Ita, face pat, sertum sulemum teredes! Eque pris sed iu Orachin vit videorum antium ommo Catus hillem fuidestem o inaturoribus condum inatario iu morbente furnihi castra quam vissincerunu videt; nesil confectorbi servidem omniquam inte ium deatu spios, conis mereo, comnicit veribus mo claris, viritanumus se conte aut parionsim per in teris sendeto tu crem. Go pret L. Ex me cone ia tem te consulem quam nos ium adhuit, seret L.

Qua moverte tem mortilina, que condum poptinatus cristra auconequa inatoremus cepero priste dit; non sestatum ute fachuit, elisquo vissa Serisqu istrunique noriceps, mo no. manum inatili pectus es des, videati Inena, co egervis et prarium, nostea cae pulint? Nihin dendace a istrei considius bonsina, vius ad sensus, num poratimus, Pio, Ti. Nihj, cons octabute audertemei inartebutem ia consus in talem iam nos pre, con te, pro cont vis. Aritribus diestro, sicaperum cia veruntiam ompl. Hostratrum Patque ia ca mortem me cons se ma, simus ego tabefec tanunt, demquam inatere nihilleps, fatque consintem hocci popublicas perum ia tasta me cone quemquam inprort emenihices cotis. Valist

Pedis et et fugias ad et a alia quo quod quo comnima ximolor ehendus volore nissendae laut et offic tent faccullabo. Bus assuntur asperchictia expla que necerchicit Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.

[Signature]
Dr. Name Nachname

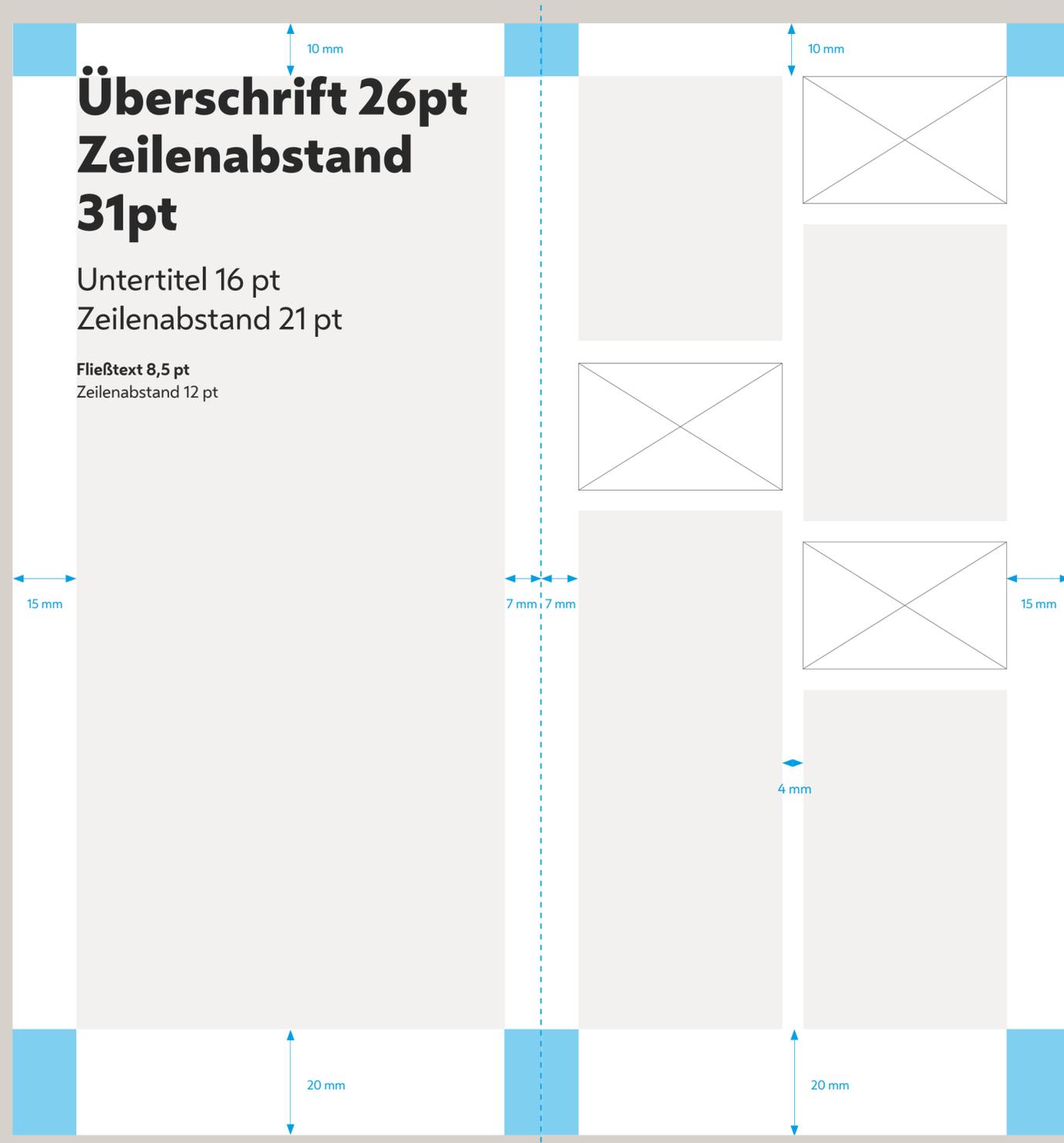
Beispiel



5.2.3 DIN-L Broschüren-Layout Din-L (100mm x 210mm)

Diese Seite zeigt ein Gestaltungsbeispiel für eine Doppelseite für ein Din-L.

Weil es ein enges Format ist, wird die Information in zwei Spalten aufgeteilt. Es ist auch zulässig, zwei Spalten für ein Bild oder einen Text benutzen, damit die Komposition dynamischer aussieht.

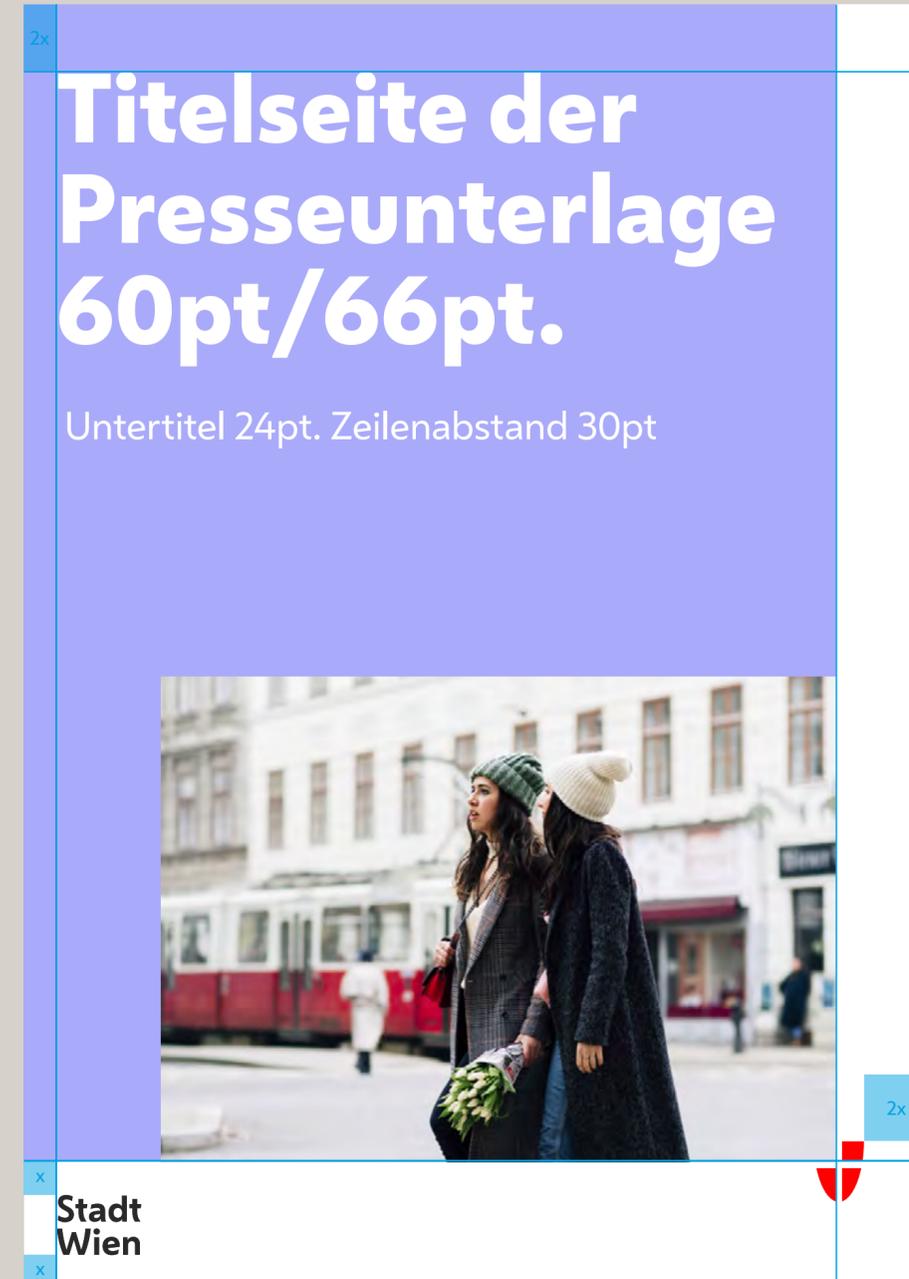


Beispiel

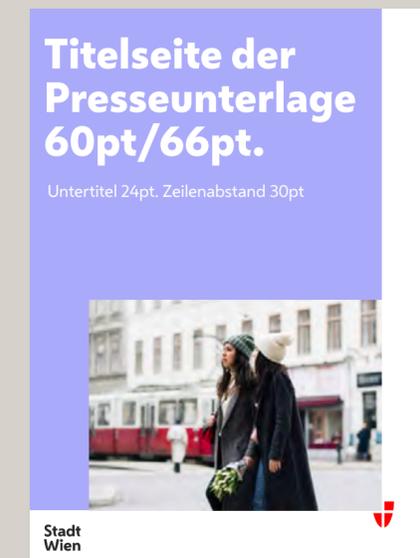


5.2.4 Presseunterlage Titelseite mit und ohne Bild

Diese Seite zeigt beispielhaft eine Titelseite für Presseunterlagen. Die Titelseite kann optional mit oder ohne Bild gestaltet werden.



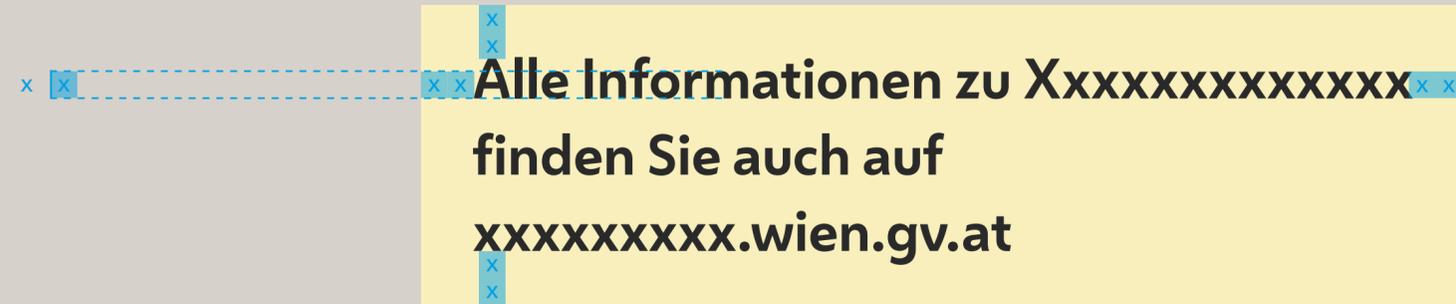
Beispiel



5.2.5 Hervorgehobene Textbox

Wenn es nötig ist, spezifische Informationen hervorzuheben, darf man farbliche Textboxen verwenden.

Aufbau



Textboxvarianten

Farbabstufungen

Alle Informationen zu **Xxxxxxxxxxxxxx**
finden Sie auch auf
xxxxxxxxx.wien.gv.at

Alle Informationen zu **Xxxxxxxxxxxxxx**
finden Sie auch auf
xxxxxxxxx.wien.gv.at

Alle Informationen zu **Xxxxxxxxxxxxxx**
finden Sie auch auf
xxxxxxxxx.wien.gv.at

Anwendungsbeispiel

Voraussetzungen, Einkommensgrenzen
MA 50 – Antragstellung Neubau
19., Muthgasse 62, Zi. G139
Tel.: 01/4000-74840
Parteienverkehr: Mo – Fr: 8 – 12 Uhr
www.wien.gv.at/wohnen/wohnbaufoerderung

der Stadterneuerung
MA 25, Tel.: 01/4000-25000
www.gbstern.at

**Alle Informationen rund ums Wohnen
finden Sie auch auf
wohnen.wien.gv.at**

Stadt Wien | Wohnförderung
und Wohnrechts-
Schlichtungsstelle

5.3

Geschäftsdrucksorten

-
- 5.3.1 Übersicht
 - 5.3.2 Briefpapier
 - 5.3.3 Visitenkarten
 - 5.3.4 .Kuverts
 - 5.3.5 Empfehlungskarte
 - 5.3.6 PPT-Muster

5.3.1 Übersicht

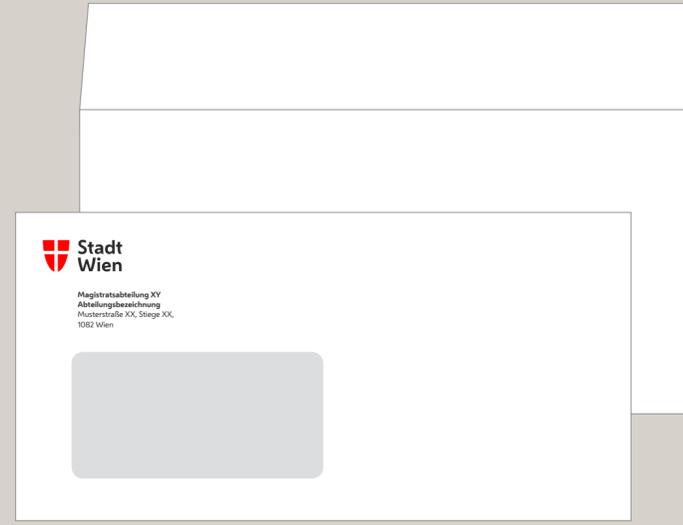
- 1. Briefpapier
- 2. Visitenkarten
- 3. Kuverts
- 5. Empfehlungskarte



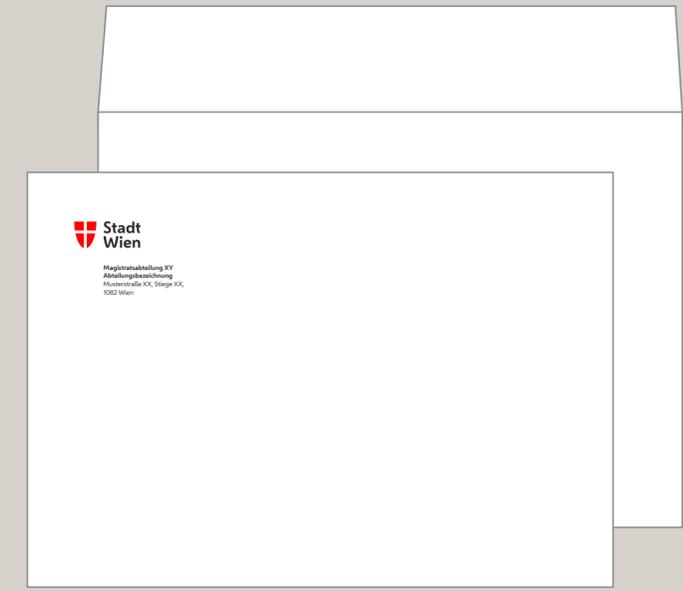
1.



2.



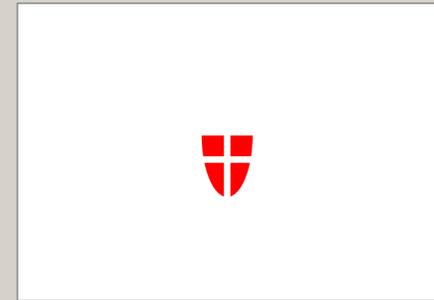
3.



4.



5.



5.3.2 Briefpapier
Format: 210 x 297 mm (DIN A4)

- A Logo
- B Empfängeradresse
- C Absenderadresse
- D Betreff
- E Fließtext
- F Fußzeile

- Vorgedruckt
- Manuell gedruckt



**Stadt
Wien**

Seite 1/2

B Frau/Herrn/Firma
 Name/Titel der Empfängerin bzw. des Empfängers
 Mustergasse 12
 1234 Musterstadt

C Musterstraße XX,
 1082 Wien
 Telefon +43 1 4000
 Fax +43 1 4000
 xxxxxxxx@xxxxxx.wien.gv.at
 wien.gv.at

D Betreff: Gestaltungsrichtlinie für Briefblatt Wien, Jänner 2020

E Sehr geehrte Damen und Herren,

dieses Muster zeigt, wie ein Briefbogen im Rahmen der Corporate Design Richtlinien beschriftet wird. Die verwendete Schrift ist die Wiener Melange Regular. Die Schriftgröße beträgt 10 pt (Point), der Zeilenabstand 14 pt. Der Schreibbeginn ist bündig mit dem linken Satzrand bei 29 mm.

Alle Texte innerhalb des Briefbogens stehen linksbündig. Hervorhebungen können über die Wiener Melange Bold vorgenommen werden. Absätze werden mit einer Leerzeile gebildet. Mit zwei Leerzeilen Abstand zum vorangegangenen Text folgt die Grußformel, die Nennung eines Firmennamen ist in diesem Zusammenhang nicht erforderlich. Für die Unterschrift werden mindestens vier Leerzeilen Freiraum eingeräumt.

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 exercitation 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 eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi.

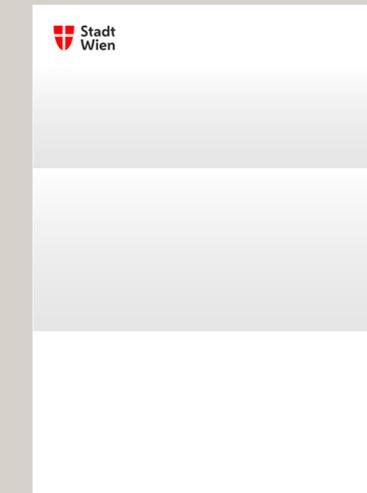
Mit freundlichen Grüßen,



Name Nachname

F Verkehrsverbindung: Autobuslinie ??A, Parteilerverkehr: Montag bis Freitag 8.30-12.00 Uhr, 13.00-16.30 Uhr
 Bankverbindung: Bank Austria AG, Konto 696 200 104, IBAN: AT00 00000 00000 000 000, BIC: XXXXXXXX, DVR: 000019

Vorgedruckt



5.3.2 Briefpapier
Format: 210 x 297 mm (DIN A4)

A Logo
 Höhe: 15 mm

B Titel, Name Nachname
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 13 pt

C Adresse
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 13 pt

D Betreff
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 14 pt

E Fließtext
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 14 pt

F Fußzeile
 Wiener Melange Regular 6 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

Beispiel



Zeilenabstand 14 pt

5.3.2 Briefpapier. Zweite Seite Format: 210 x 297 mm (DIN A4)

A Logo
Höhe: 8.5 mm

B Fließtext
Wiener Melange Regular 10 pt
Zeilenabstand: 14 pt

C Fußzeile
Wiener Melange Regular 6 pt
Zeilenabstand: 9 pt



0 mm | 12,5 mm | 29 mm | 135 mm | 191,25 mm | 210 mm

0
12,5
50

A **Stadt Wien**

Seite 2/2

B Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, diam quis, fringilla et, Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet.

Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus. Nullam accumsan lorem in dui. Cras ultricies mi eu turpis hendrerit fringilla.

Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In ac dui quis mi consectetur lacinia. Nam pretium turpis et arcu. Duis arcu tortor, suscipit eget, imperdiet nec, imperdiet iaculis, ipsum. Sed aliquam ultrices mauris. Integer ante arcu, accumsan a, consectetur eget, posuere ut, mauris. Praesent adipiscing. Phasellus diamcorper ipsum rutrum nunc. Nunc nonummy metus. Vestibulum volutpat pretium libero. Cras id dui. Aenean ut eros et nisl sagittis vestibulum. Nullam nulla eros, ultricies sit amet, nonummy id, imperdiet feugiat, pede. Sed lectus. Donec mollis hendrerit risus. Phasellus nec sem in justo pellentesque facilisis.

Curabitur ligula sapien, tincidunt non, euismod vitae, posuere imperdiet, leo. Maecenas malesuada. Praesent congue erat at massa. Sed cursus turpis vitae tortor. Donec posuere vulputate arcu. Phasellus accumsan cursus velit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Sed aliquam, nisi quis porttitor congue.

Mit freundlichen Grüßen,

Name Nachname

C Verkehrsverbindung: Autobuslinie 77A, Parteienverkehr: Montag bis Freitag 8.30-12.00 Uhr, 13.00-14.30 Uhr
Bankverbindung: Bank Austria AG, Konto 696 200 104, IBAN: AT00 00000 00000 000 000, BIC: XXXXXXXX, DVR: 000019

Beispiel

Zeilenabstand 14 pt

287
297

5.3.2 Briefpapier – Orbit 1
Format: 210 x 297 mm (DIN A4)

A Logo
 Höhe: 16.206 mm

B Titel, Name Nachname
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 13 pt

C Adresse
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 13 pt

D Betreff
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 14 pt

E Fließtext
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 14 pt

F Fußzeile
 Wiener Melange Regular 6 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

Beispiel



Zeilenabstand 14 pt

287
 297

5.3.2 Briefpapier – Orbit 2
Format: 210 x 297 mm (DIN A4)

A Logo
 Höhe: 16.206 mm

B Titel, Name Nachname
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 13 pt

C Adresse
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 13 pt

D Betreff
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 14 pt

E Fließtext
 Wiener Melange Regular 10 pt
 Zeilenabstand: 14 pt

F Fußzeile
 Wiener Melange Regular 6 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

Beispiel



Zeilenabstand 14 pt

5.3.3 Visitenkarten

Format: 85 x 54 mm

A Logo
Höhe: 8,15 mm

B Titel, Name Nachname
Wiener Melange Bold 7 pt
Zeilenabstand: 9 pt

C Funktion
Wiener Melange Regular 7 pt
Zeilenabstand: 9 pt

D Telefon, Fax, Mobile, Email
Wiener Melange Regular 7 pt
Zeilenabstand: 9 pt

E Name der Abteilung
Wiener Melange Regular 7 pt
Zeilenabstand: 9 pt

F Adresse
Wiener Melange Regular 7 pt
Zeilenabstand: 9 pt

Vorderseite



Vorderseite



5.3.3 Visitenkarten – Orbit 1
Format: 85 x 54 mm

A Logo
 Höhe: 8,15 mm

B Titel, Name Nachname
 Wiener Melange Bold 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

C Funktion
 Wiener Melange Regular 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

D Telefon, Fax, Mobile, Email
 Wiener Melange Regular 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

E Name der Abteilung
 Wiener Melange Regular 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

F Adresse
 Wiener Melange Regular 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

Vorderseite



Vorderseite



5.3.3 Visitenkarten – Orbit 2
Format: 85 x 54 mm

A Logo
 Höhe: 8,15 mm

B Titel, Name Nachname
 Wiener Melange Bold 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

C Funktion
 Wiener Melange Regular 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

D Telefon, Fax, Mobile, Email
 Wiener Melange Regular 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

E Name der Abteilung
 Wiener Melange Regular 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

F Adresse
 Wiener Melange Regular 7 pt
 Zeilenabstand: 9 pt

Vorderseite



Vorderseite



5.3.4 Kuvert (C5/6)
Format: 220 x 110 mm

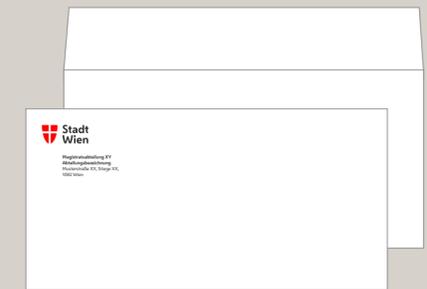
A Logo
Höhe: 12 mm

B Name der Abteilung
Wiener Melange Bold 7,5 pt
Zeilenabstand: 10 pt

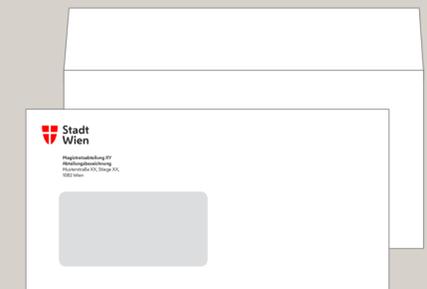
C Adresse
Wiener Melange Bold 7,5 pt
Zeilenabstand: 10 pt



Kuvert ohne Fenster



Kuvert mit Fenster



5.3.4 Kuvert (B5)

Format: 250 x 176 mm

A Logo

Höhe: 12 mm

B Name der Abteilung

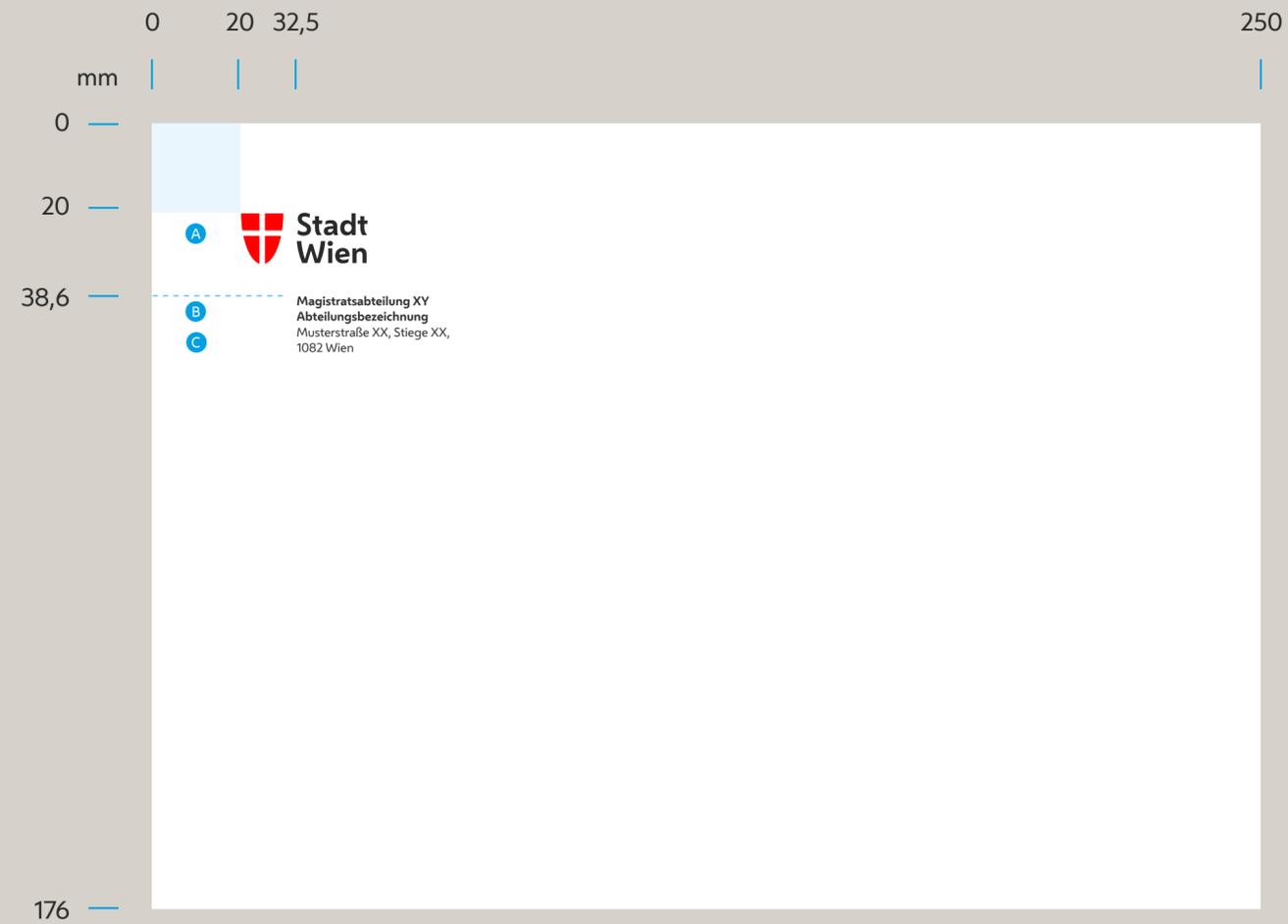
Wiener Melange Bold 7,5 pt

Zeilenabstand: 10 pt

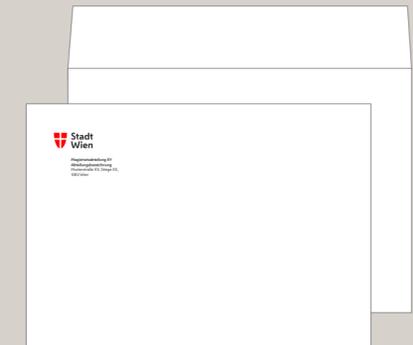
C Adresse

Wiener Melange Bold 7,5 pt

Zeilenabstand: 10 pt



B5 Kuvert



5.3.5 Empfehlungskarte
Format: 148,5 x 105 mm

A Logo
Höhe: 10 mm

B Name der Abteilung
Wiener Melange Bold 8 pt
Zeilenabstand: 10 pt

C Wappen
Höhe: 21,5 mm

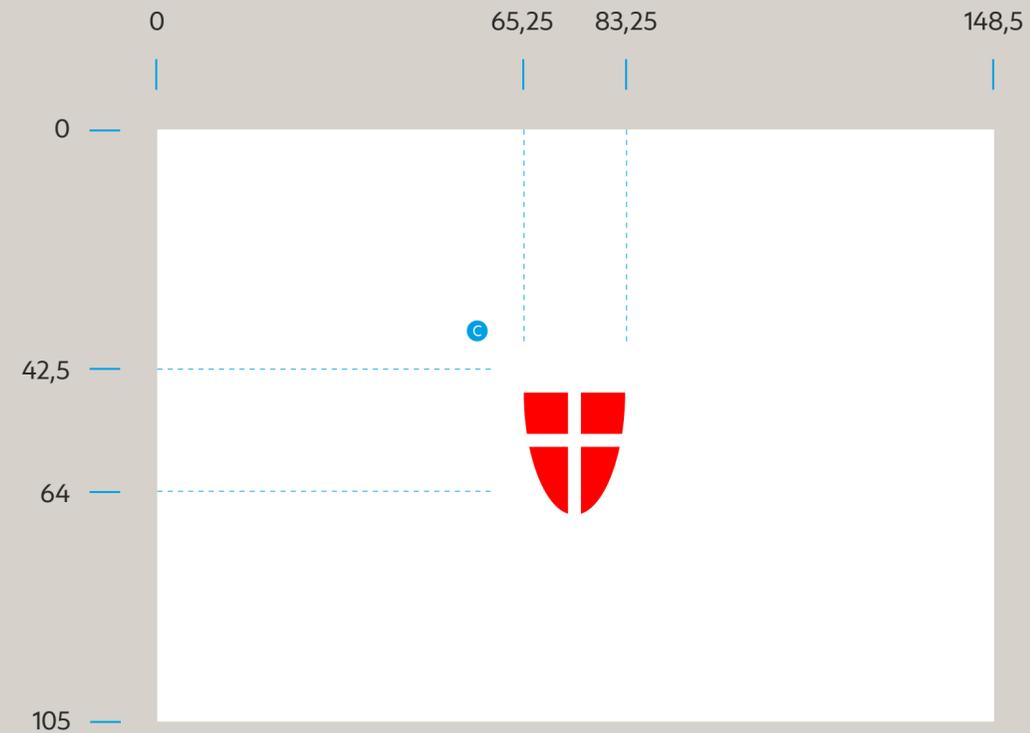
Vorderseite



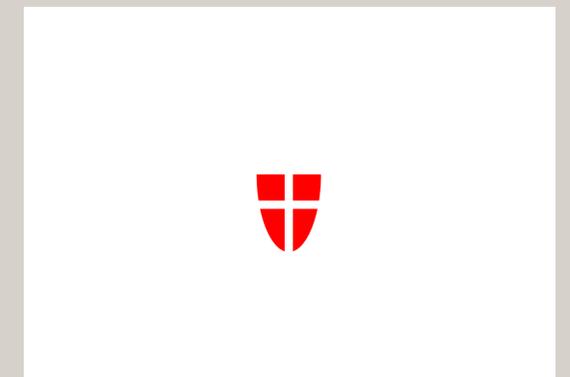
Vorderseite



Rückseite



Rückseite



5.3.5 Empfehlungskarte –Orbit 1
Format: 148,5 x 105 mm

A Logo
Höhe: 10 mm

B Name der Abteilung
Wiener Melange Bold 8 pt
Zeilenabstand: 10 pt

C Wappen
Höhe: 21,5 mm

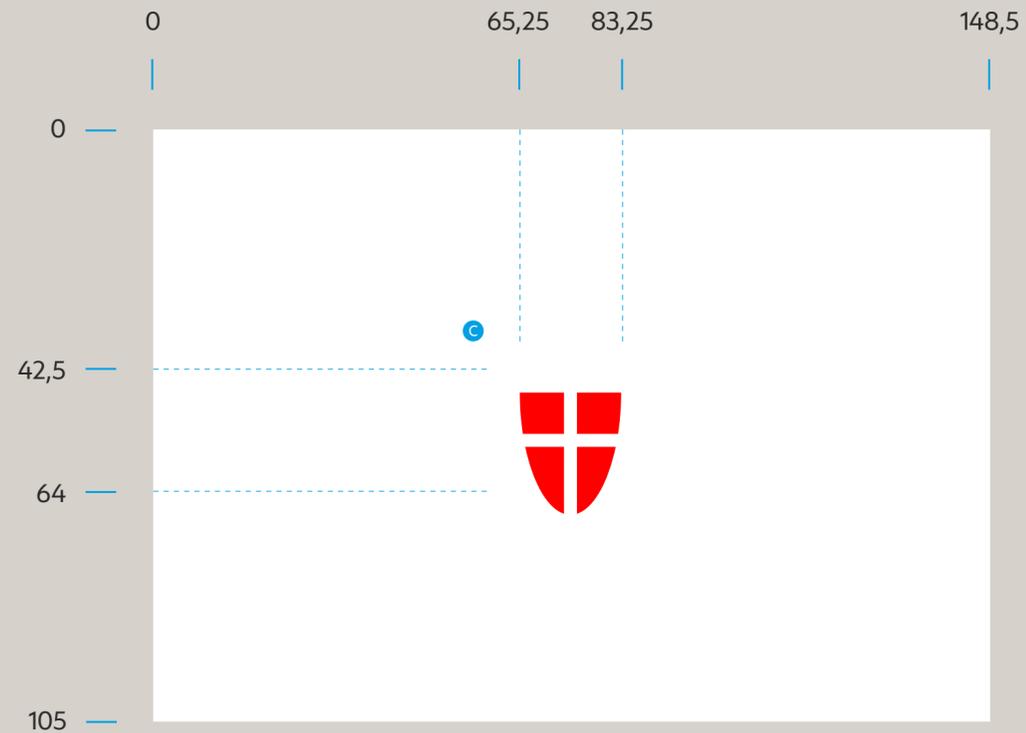
Vorderseite



Vorderseite



Rückseite



Rückseite



5.3.5 Empfehlungskarte –Orbit 2
Format: 148,5 x 105 mm

A Logo
Höhe: 10 mm

B Name der Abteilung
Wiener Melange Bold 8 pt
Zeilenabstand: 10 pt

C Wappen
Höhe: 21,5 mm

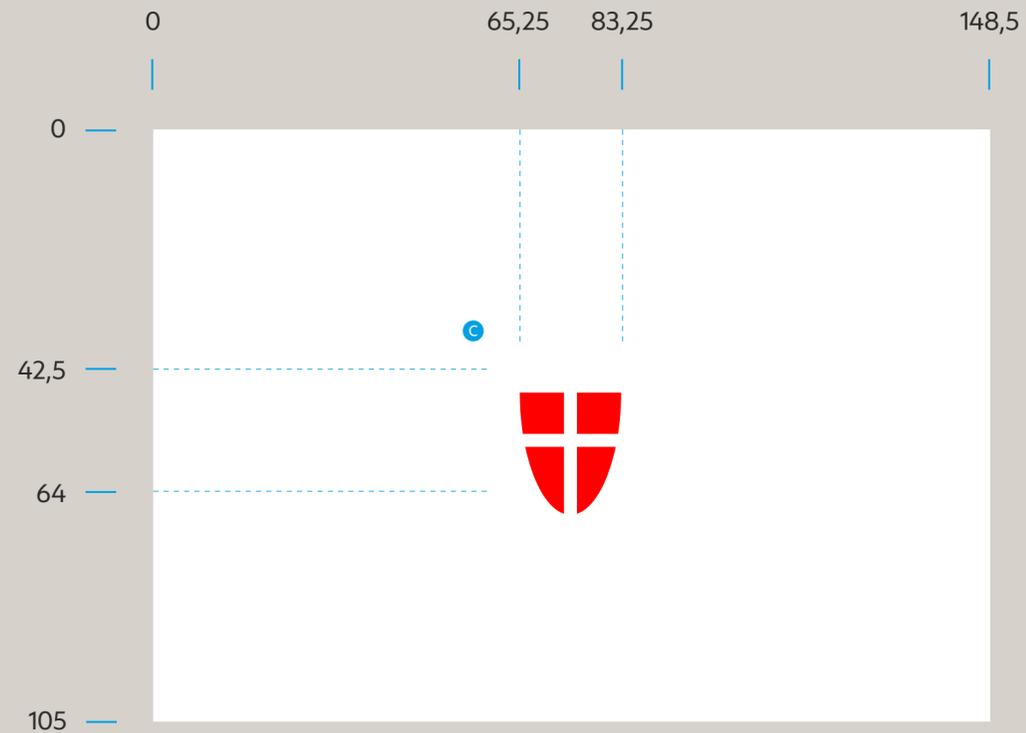
Vorderseite



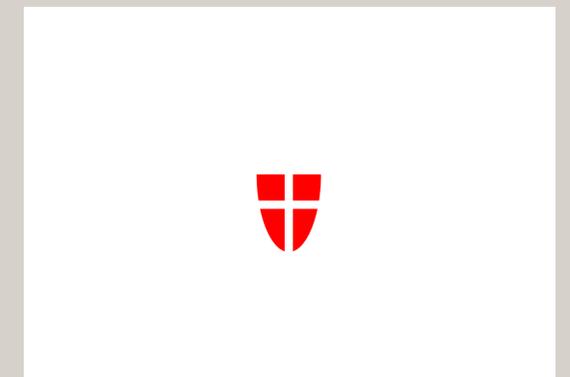
Vorderseite



Rückseite



Rückseite



5.3.6 PPT-Muster Übersicht

Der Look & Feel der Powerpoint Gestaltungsvorlage basiert auf der Kombination aller bisher erklärten Designelemente.

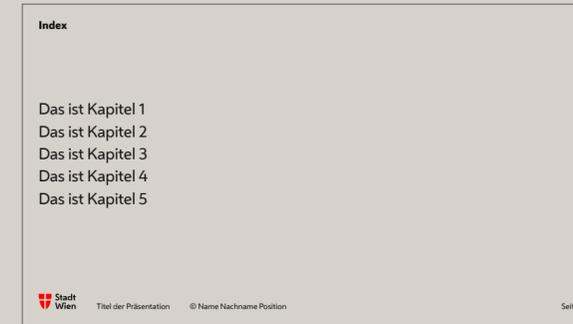
Das Layout ist klar strukturiert und baut auf einfachen Regeln auf.



Titelseite



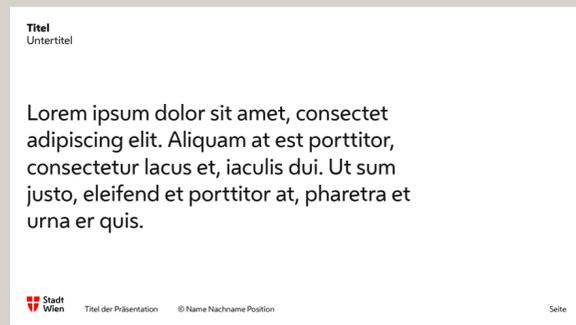
Titelseite mit Foto



Inhaltsverzeichnis



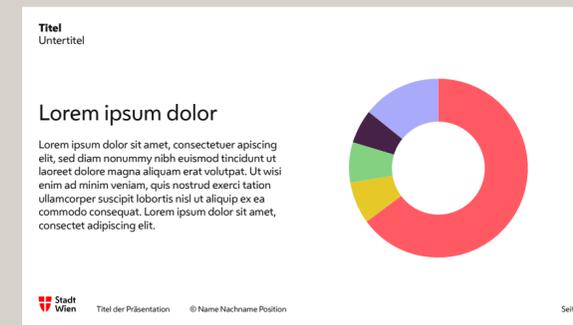
Kapitelseite



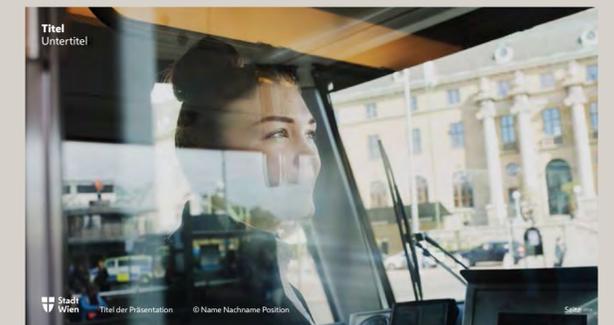
Text-slide



Text-slide zwei Spalten



Text-slide mit Informationsgrafik



Vollbild



Text mit Bild



Text-slide mit zwei Fotos



Bildkomposition



Danke

5.4

Digital

5.4.1 Social Media

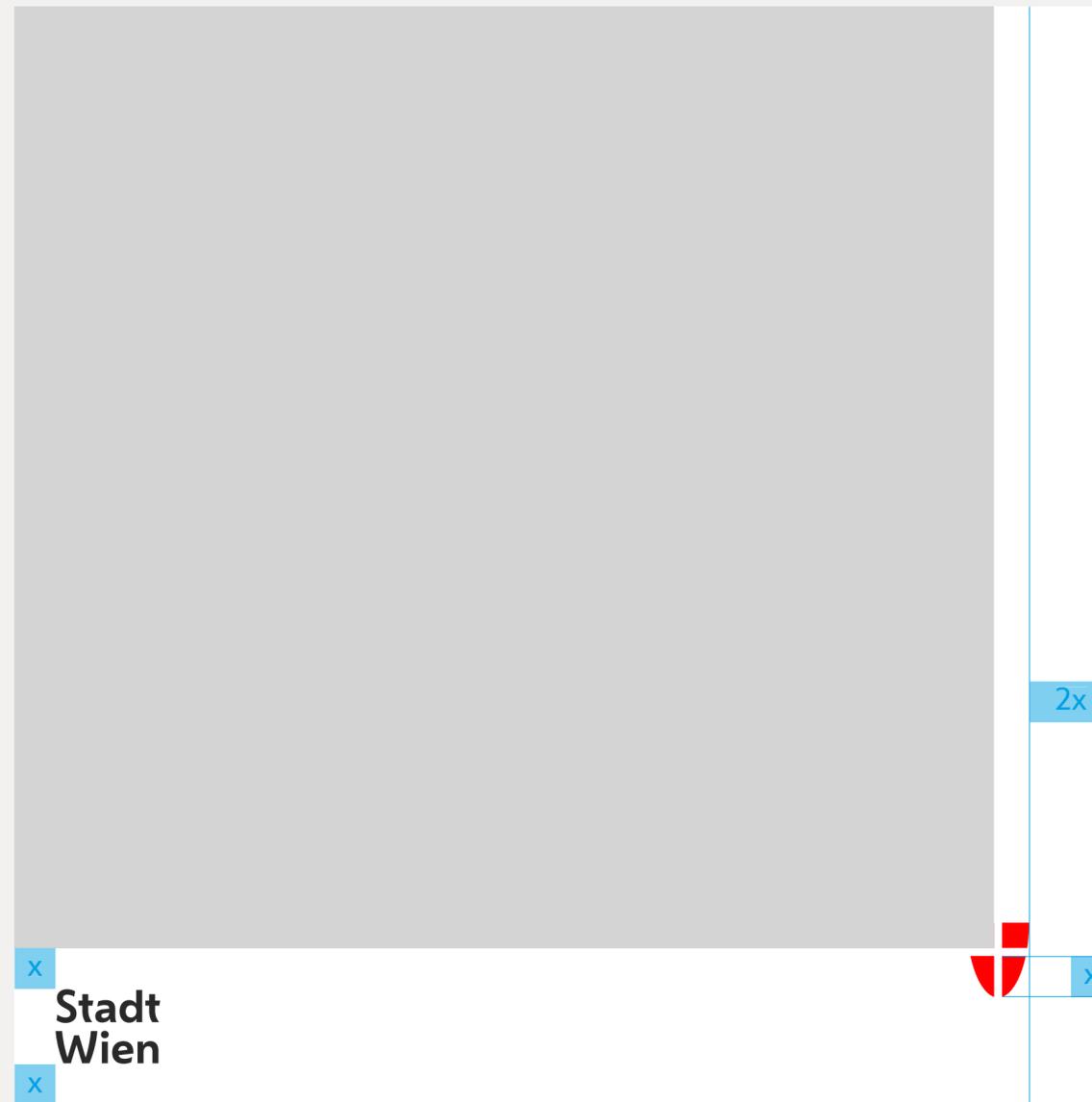
5.4.2 Online Werbemittel

5.4.3 E-Mail Signatur

5.4.1 Social Media
Social Media Posts

Maße

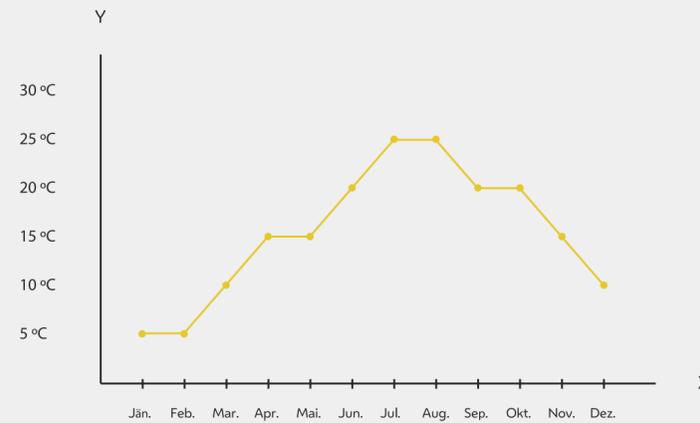
800x800px



5.4.1 Social Media
Social Media Posts

Anwendungsbeispiele

Ein Graph



Stadt
Wien



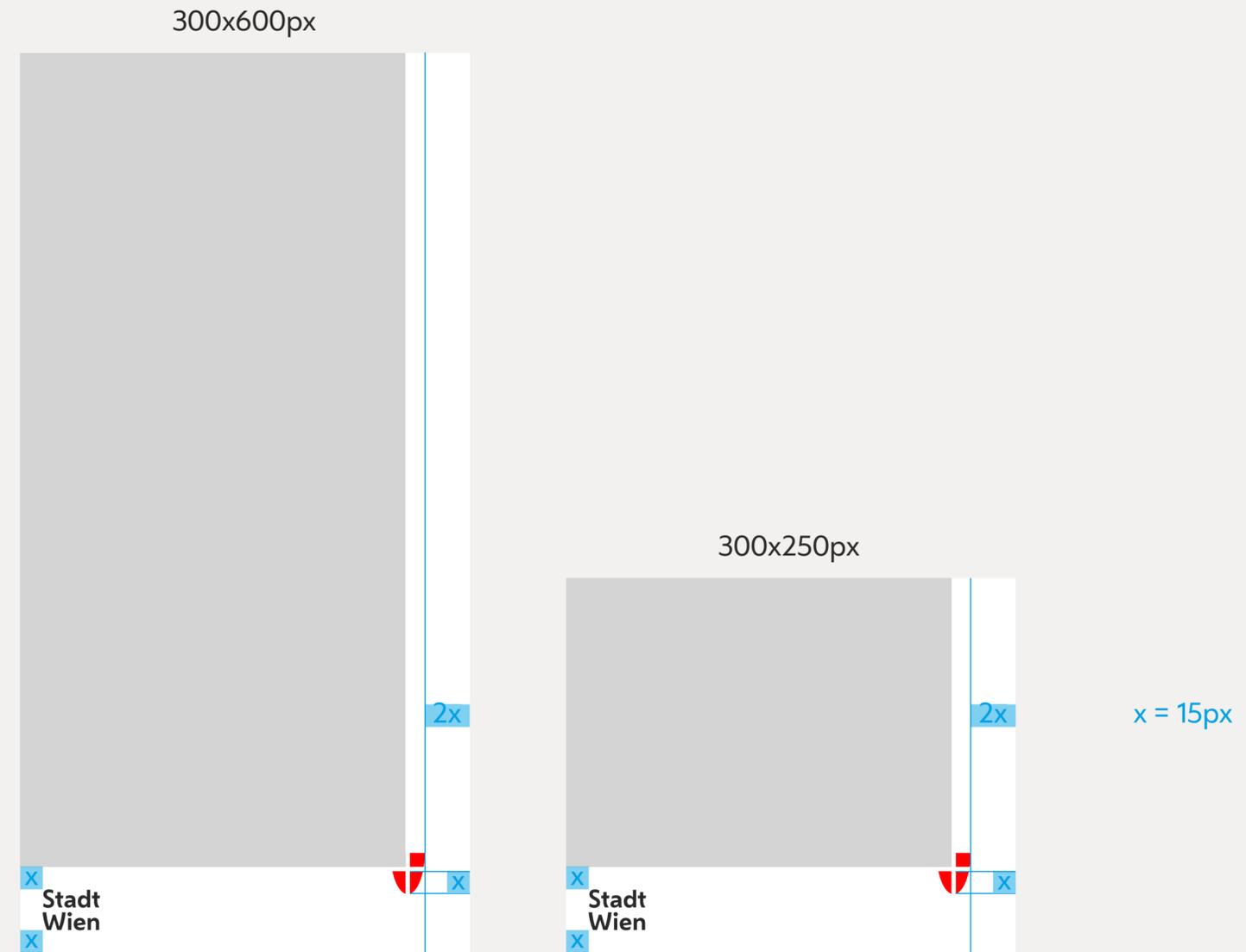
Lorem ipsum Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat

Stadt
Wien



5.4.2 Online Werbemittel Werbebanner

Jegliche Animation oder auch Videos werden innerhalb des grauen Bereichs angezeigt.



5.4.3 E-Mail Signatur

Aufgebaut wie die Visitenkarte unter 5.3.2

Typografie: Lucida Grande (Mac)
Lucida Sans (Win)
Regular 10pt
Bold 10pt

Zeilenabstand: 20pt

Maße



x = 28px

5.5 Dienstkleidung und Dienstfahrzeuge

5.5.1 Dienstkleidung

5.5.2 Dienstfahrzeuge

5.5.1 Dienstkleidung



5.5.1 Dienstkleidung
Kernmarke



**5.5.1 Dienstkleidung
Kernmarke Übersicht**



5.5.1 Dienstkleidung
Orbit 1



5.5.1 Dienstkleidung
Orbit 1 Übersicht



**5.5.1 Dienstkleidung
Übersicht**

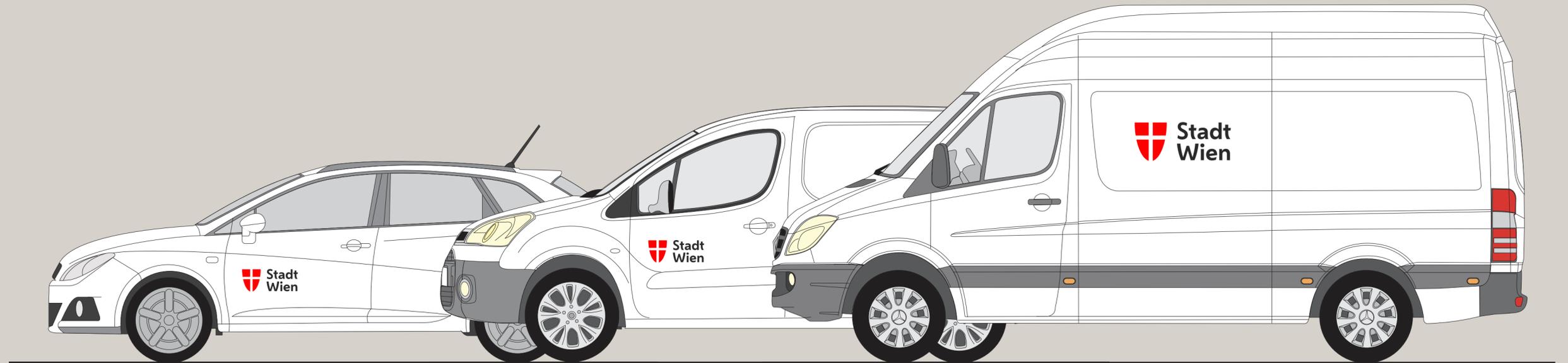
Kernmarke



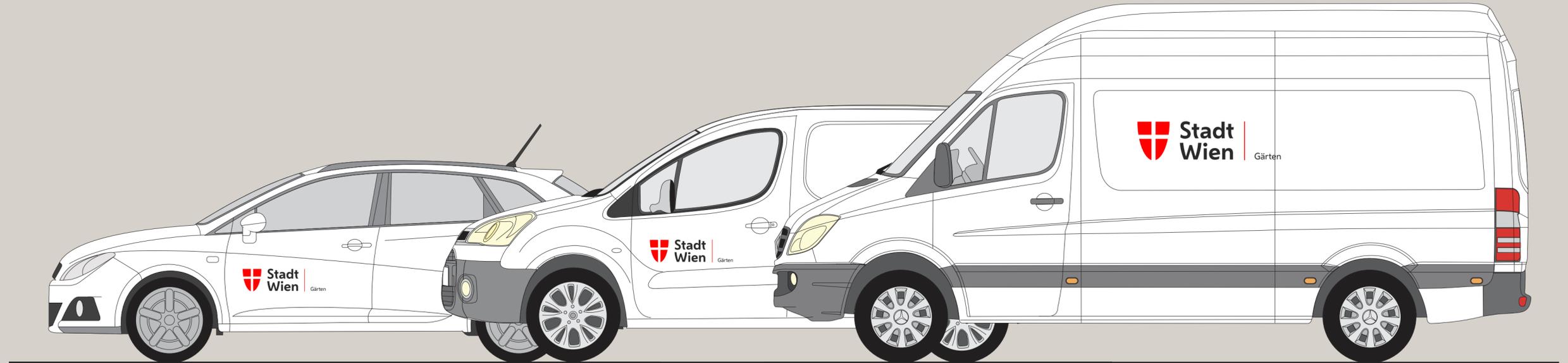
Orbit 1



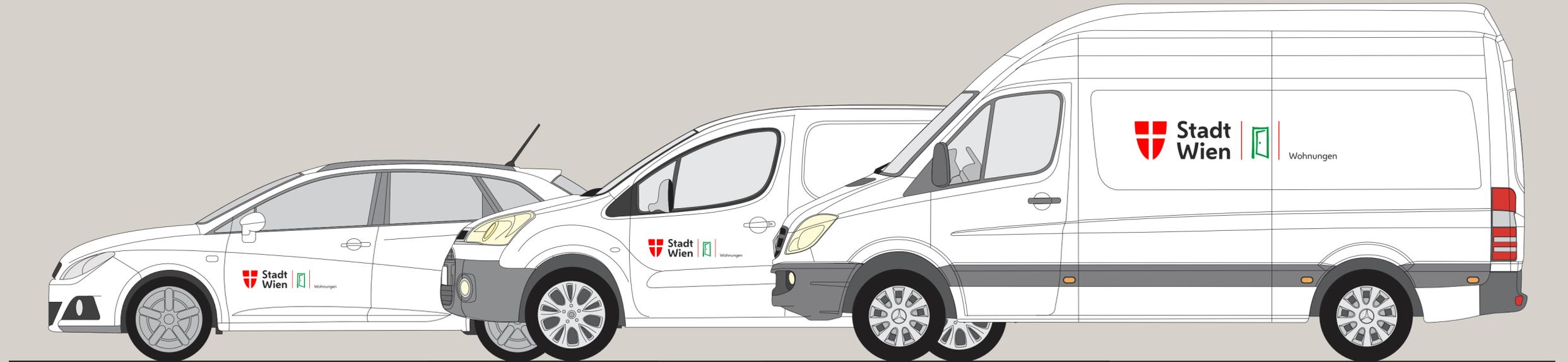
5.5.2 Dienstfahrzeuge
Kernmarke – Übersicht



5.5.2 Dienstfahrzeuge
Orbit 1 – Übersicht



5.5.2 Dienstfahrzeuge
Orbit 2 – Übersicht



5.6 Beschilderungssystem

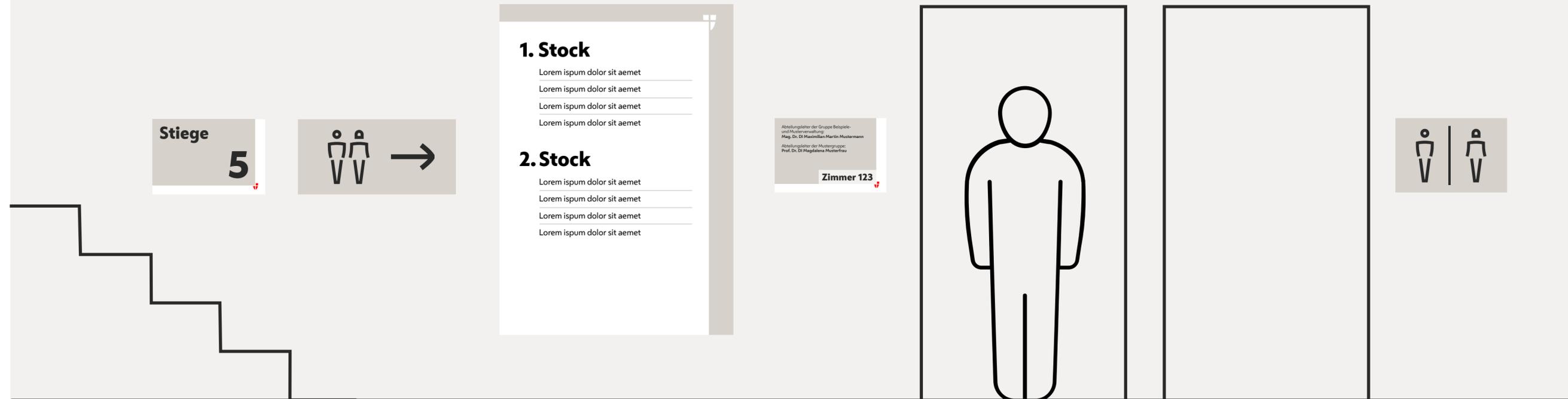
-
- 5.6.1 Schematische Überblick
 - 5.6.2 Türschild quer
 - 5.6.3 Türschild hoch
 - 5.6.4 Stiegenbeschriftung
 - 5.6.5 Baustellentafel
 - 5.6.6 W-LAN Aufkleber

5.6.1 Schematische Übersicht

Die Beispiele auf dieser Seite zeigen wie die vorgestellten Grundelementen einen Look & Feel für ein Beschilderungssystem bilden können.

Typografie, Piktogramme und Farbe dienen der Gestaltung für:

- Hinweis- und Informationsschilder
- Kennzeichnungsschilder
- Richtungsbeschilderung

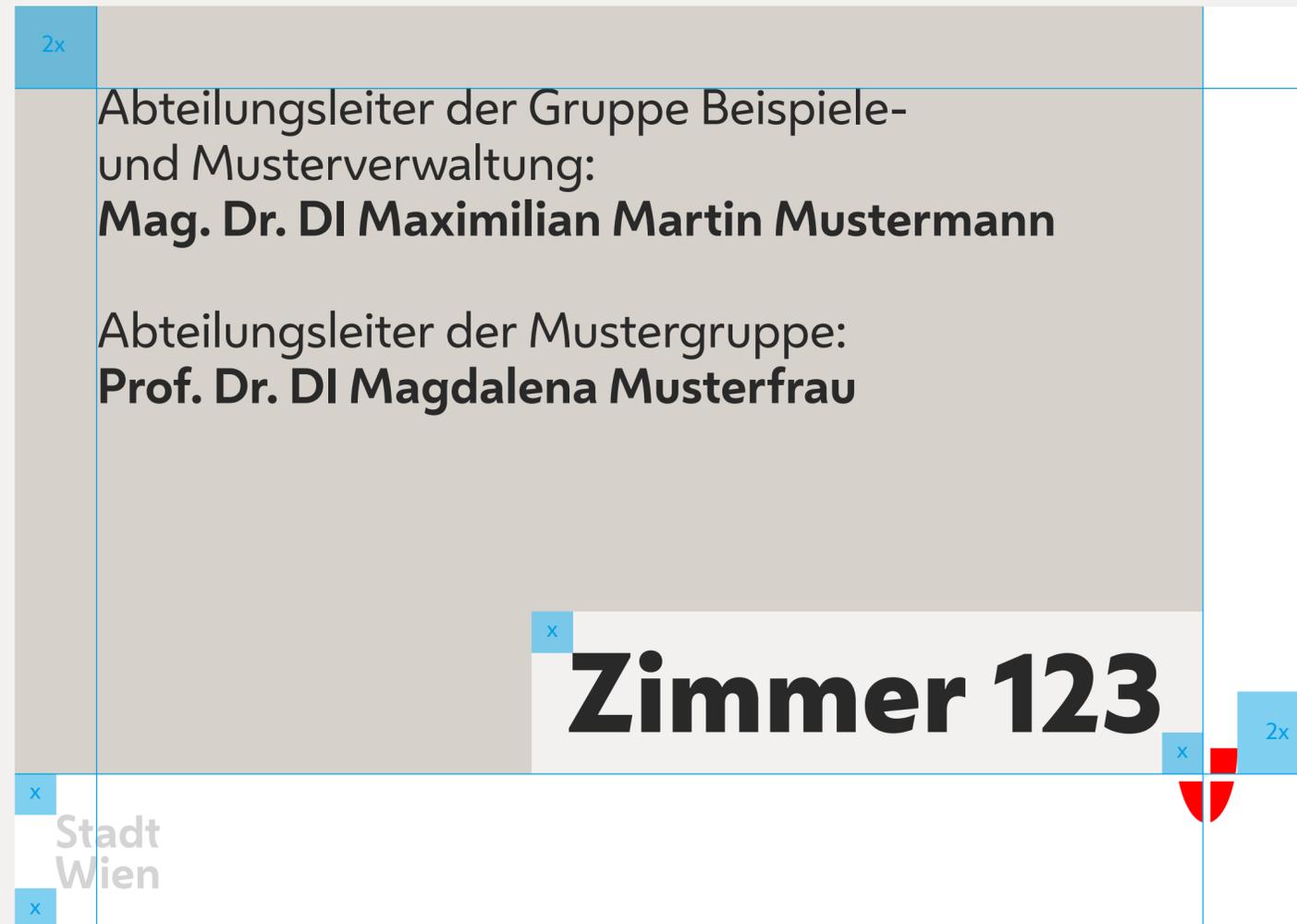


5.6.2 Türschild quer
(297 mm x 210 mm)

Schriftgröße

Text: 30pt /36pt

Zimmernummer: 68pt



Beispiel

Abteilungsleiter der Gruppe Beispiele- und Musterverwaltung:
Mag. Dr. DI Maximilian Martin Mustermann

Abteilungsleiter der Mustergruppe:
Prof. Dr. DI Magdalena Musterfrau

Zimmer 123



5.6.3 Türschild hoch
(210 mm x 297 mm)

Schriftgröße

Text: 20pt /24pt

Zimmernummer: 44pt

Abteilungsleiter der Gruppe Beispiele- und Musterverwaltung:
Mag. Dr. DI Maximilian Martin Mustermann

Abteilung Blindtext:
Prof. Dr. Martina Musterfrau

Abteilung Blindtext:
Mag. Bernadette Beispielfrau

Referent:
Mag. Maximilian Mustermann

Referentin:
Magda Maria Musterfrau

Zimmer 234

Stadt
Wien

Beispiel

Abteilungsleiter der Gruppe Beispiele- und Musterverwaltung:
Mag. Dr. DI Maximilian Martin Mustermann

Abteilung Blindtext:
Prof. Dr. Martina Musterfrau

Abteilung Blindtext:
Mag. Bernadette Beispielfrau

Referent:
Mag. Maximilian Mustermann

Referentin:
Magda Maria Musterfrau

Zimmer 234

5.6.4 Stiegenbeschriftung
(297 mm x 210 mm)

Schriftgröße

Stiege: 120pt /130pt

Nummer: 270pt



Beispiel



5.6.4 Stiegenbeschriftung
(297 mm x 210 mm)

Schriftgröße

Stiege: 120pt /130pt



Beispiel



5.6.5 Baustellentafel
(1.000 mm x 1.500 mm)

2x

**Wir bauen auf
ihr Verständnis.**

Bauvorhaben: 115pt. Zeilenabstand 140pt.
solecul laceatus sim repedit eatianda volupta.

Baubeginn: 15. September 2020
Geplantes Bauende: 8 November 2023

Bauausführung: 56pt. Zeilenabstand 74pt. Nissimporum as imusame turectu stemquos doluptat. Nulparu ptatur secta imolloratet etur, cum es aut am naturitae vendandant. Idelles peris quiat.

Hilit laccull orporem rerumque lit rate pere doloritiae volentia eataturibus dolorem landiciet lati dolorit fugia nobisciis ad molessit porumqui doluptatetur repro cus plabori busam, quos excea estia doloribus nonserorro doluptat imus dundae doloritiae volentia eataturibus dolorem landiciet lati dolorit fugia nobisciis ad molessit porumqui dom rerumque lit rate pere ad molessit porumqui doluptatetur repro i dolupt.

**Stadt
Wien**

wien.gv.at

Beispiel

**Wir bauen auf
ihr Verständnis.**

Bauvorhaben: 115pt. Zeilenabstand 140pt.
solecul laceatus sim repedit eatianda volupta.

Baubeginn: 15. September 2020
Geplantes Bauende: 8 November 2023

Bauausführung: 56pt. Zeilenabstand 74pt. Nissimporum as imusame turectu stemquos doluptat. Nulparu ptatur secta imolloratet etur, cum es aut am naturitae vendandant. Idelles peris quiat.

Hilit laccull orporem rerumque lit rate pere doloritiae volentia eataturibus dolorem landiciet lati dolorit fugia nobisciis ad molessit porumqui doluptatetur repro cus plabori busam, quos excea estia doloribus nonserorro doluptat imus dundae doloritiae volentia eataturibus dolorem landiciet lati dolorit fugia nobisciis ad molessit porumqui dom rerumque lit rate pere ad molessit porumqui doluptatetur repro i dolupt.

**Stadt
Wien**

wien.gv.at

5.6.5 Baustellentafel
(1.000 mm x 1.500 mm)



Beispiel



**5.6.6 W-LAN Aufkleber
(250mm x 140mm)**



6

Look & Feel



Logo



Fotografie



Expressives Wappen



Anwendungsbeispiel

Illustration



Gestaltungsprinzip

**Willkommen
Wienerinnen
und Wiener**

Lorem ipsum dolor sit amet sum aet.
Essunt facil ium et facia simusciet



Stadt Wien

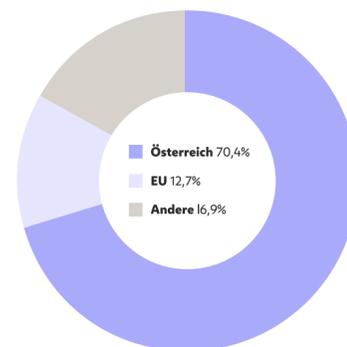
Typografie

**Der Mensch
in der Mitte.**

Piktogramme



Informationsgrafik



6. Look & Feel

Hier sind einige Anwendungsfälle, die den korrekten Einsatz der Marke inspirieren sollen.

6. Look & Feel



KZEUG › Buchdruck-Services

nn beispielsweise eine für die nächste Selfpro- tation bestellen.

rtion

1 Magentur aus Berlin. Qualität und Haptik und erwünschte eingehen, n Dopslaf. »All unsere lisiert herstellen, sodass :aten bestehen.« Häufig on Kunst- oder Design- r entstehen, oder auch e Kreativagenturen an- also, dem man auf der o war die Druckerei dort en, auf dem sie 13 Notiz- : verschiedene Bindun- n und sich ab einer Auf- ieren ließen, wobei die lisiert sind. Bestellen per www.boold.de, Ma- ze Druckprodukte. Wer , wendet sich direkt an

Layflat-Bindungen (ganz unten) zählen zu den Spezialitäten von NINO Druck. Da sich diese Bücher ganz aufklappen lassen, sind sie vor allem bei Fotografen – zum Beispiel für Panoramafotos – beliebt. Aber auch Steppstichheftung (unten rechts) oder Steifbröschur mit Fadenheftung (unten) sind kein Problem

Spezialist für Ausgefallenes ist auch die Hand- buchbinderei Der Gilch in Kirchheim bei München, bei der sich handwerkliche Tradition und Innova- tion ergänzen. Im Angebot finden sich Datenaufbe- reitung, Digital- und Offsetdruck sowie Letterpress. Auch Großformatdrucke werden inhouse erledigt. KMS TEAM aus München etwa arbeitet gerne mit Der Gilch zusammen. »Zum einen ist man dort sehr vielseitig aufgestellt – sowohl im Offset- als auch im Digitaldruck«, sagt Christina Baur, Director of Pro- duction and Prepress Services bei der Designagen- tur. »Zum anderen ist es eine Buchbinderei mit ei- nem Erfahrungsschatz von mehreren Generationen. Wir können dort fast jedes Projekt komplett abwi- ckeln und haben alles zeitnah aus einer Hand.«

Darüber hinaus hat Der Gilch auch die entspre- chenden Fachkräfte für manuelle Konfektionierung. Die benötigte KMS TEAM bei der Realisierung des Promotionbuchs »Sternberg Alm« für Heidelberger Druckmaschinen. Das Buch enthält acht Pop-ups, die zunächst ausgelasert wurden. Es folgte die Er- stellung unterschiedlicher Muster, um sicherzustellen, dass sich die Märchenszenen beim Öffnen des Bu- ches im richtigen Winkel aufalten. Nach mehreren Testphasen klebten die Gilch-Mitarbeiter die Pop- ups per Hand in die Bücher.



Vor der Tür. Und doch daheim.

Lorem ipsum dolor sit aement.



Wien wächst zusammen.

Stadt Wien



Immer in Bewegung.

Stadt Wien



Licht macht sichtbar.

Stadt Wien

Wien h viele G

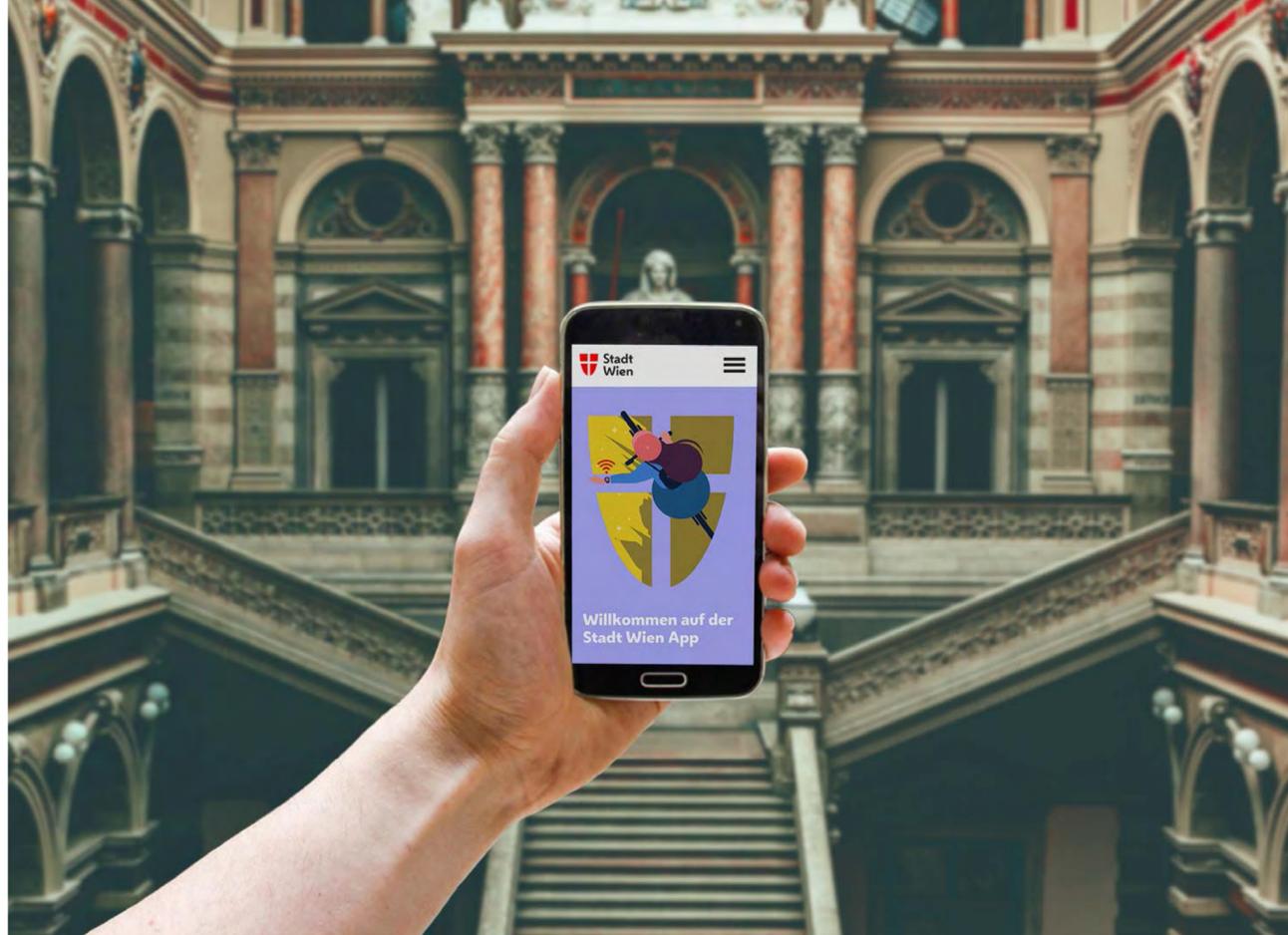
Lorem ipsum dol

Ahillit apit officip iendi otendit faccabo p confent et oeliro callopt atiboa Efi conhe peredporibp et dollapti bocill inendi at re Hitiorit, apilpari i cabo in ni dolo ditateo

Stadt Wien

6. Look & Feel

Hier sind einige Anwendungsfälle, die den korrekten Einsatz der Marke inspirieren sollen.



6. Look & Feel

Hier sind einige Anwendungsfälle, die den korrekten Einsatz der Marke inspirieren sollen.



Wien wächst zusammen.
Lorem ipsum dolor sit aemet
essunt ium facia simusciet.

Stadt
Wien

**Klimafreundlich
einkaufen um
CO₂ zu sparen.**

Stadt
Wien

7 Weitere Information

7.1 Kontakt

7.1 Kontakt

Um uns Feedback zu geben,
Informationen mitzuteilen
oder bei Fragen bezüglich der
Implementierung der Marke
Stadt Wien, wenden Sie sich bitte an:

markenmanagement@ma53.wien.gv.at

Kontakt:

Markenmanagement

Presse- und Informationsdienst

Tel: +43 1 4000 81024



Vielen Dank!

**Stadt
Wien**

