



**WASSERBURG AM INN**  
*Schleife mit Flair*

CORPORATE DESIGN MANUAL

Stand: 02. Juli 2004

## HINWEISE ZUM MANUAL

Dieses Manual fasst wesentliche Merkmale des visuellen Erscheinungsbildes von Wasserburg am Inn, den Einrichtungen und Vereinen zusammen. Es werden die Variationsmöglichkeiten der einzelnen Logos, die Darstellung der zu verwendenden Schriften und die Definition der Farben dargestellt.

Einzelne Layoutvorgaben und Anwendungsbeispiele verdeutlichen das Corporate Design und dienen als Hilfe im „reellen Einsatz“. Sie werden Ihnen die Arbeit erleichtern und dafür sorgen, ein homogenes optisches Auftreten von Wasserburg am Inn, den Einrichtungen und Vereinen zu erzielen.

Durch den konsequenten Gebrauch des Logos, soll sich dieses im Laufe der Zeit als DAS Markenzeichen für die Stadt Wasserburg am Inn einprägen und durchsetzen. Die Umsetzung dieser Vorgaben sichert ein einheitliches Auftreten und einen hohen Wiedererkennungswert.

Beachten Sie deshalb bitte diese Richtlinien, denn von einem eindeutigen und klaren Erscheinungsbild profitieren neben Wasserburg am Inn auch Sie selbst.

### Achtung:

Bedingt durch die unterschiedlichen technischen Verfahren ist die Farbwiedergabe in diesem Manual nicht verbindlich. Die genauen Farbwerte sind durch die Angaben von Pantone- und CMYK-Werten festgelegt.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Agentur \_atnic GbR  
multimedia\_werbung\_grafik  
Ledererzeile 31a / Greinhof II  
D-83512 Wasserburg am Inn  
t. 0 80 71 - 1 04 98 90  
f. 0 80 71 - 1 04 98 91  
e. info@atnic.de  
w. www.atnic.de  
Ansprechpartner: Herr Attila Kiss-Pál

# INHALT

<b>1.0</b>	<b>Die Logos</b>	Seite 4
<b>1.1</b>	<b>Das Stadtlogo</b>	
1.1.1	Logo ohne Text (Signet)	Seite 5
1.1.2	Logo mit Text	Seite 6
1.1.3	Logo mit Text und Claim	Seite 7
1.1.4	Logo mit Text rechtsbündig	Seite 8
1.1.5	Logo mit Text rechtsbündig und Claim	Seite 9
<b>1.2</b>	<b>Logo Fremdenverkehrsverein</b>	
1.2.1	Logo ohne Text (Signet)	Seite 10
1.2.2	Logo mit Text	Seite 11
1.2.3	Logo mit Text und Claim	Seite 12
1.2.4	Logo mit Text rechtsbündig	Seite 13
1.2.5	Logo mit Text rechtsbündig und Claim	Seite 14
<b>1.3</b>	<b>Logo Wirtschafts-Förderungs-Verband</b>	
1.3.1	Logo ohne Text (Signet)	Seite 15
1.3.2	Logo mit Text	Seite 16
1.3.3	Logo mit Text und Claim	Seite 17
1.3.4	Logo mit Text rechtsbündig	Seite 18
1.3.5	Logo mit Text rechtsbündig und Claim	Seite 19
<b>2.0</b>	<b>Die Schriften</b>	
2.1	Informationen zur Hausschrift	Seite 20
2.2	Informationen zur Korrespondenzschrift	Seite 21
2.3	Informationen zur Schrift im Internet	Seite 22
2.4	Die Schriftschnitte der Hausschrift	Seite 23
2.5	Die Schriftschnitte der Korrespondenzschrift	Seite 24
2.6	Die Schriftschnitte der Schrift im Internet	Seite 25
<b>3.0</b>	<b>Die Farben</b>	
3.1	Das Stadtlogo	Seite 26
3.2	Logo Fremdenverkehrsverein	Seite 27
3.3	Logo Wirtschaftsförderverein	Seite 28

# INHALT

## **4.0 Layoutvorgaben**

- 4.1 Layoutvorgabe 1: Schleife als CI-Farbfläche Seite 29
- 4.2 Layoutvorgabe 2: Schleife als CI-Farblinie Seite 30
- 4.3 Layoutvorgabe 3 : Schleife als angeschnittene Fläche Seite 31

## **5.0 Anwendungsbeispiele**

- 5.1 Anwendung 1: Gästezimmerverzeichnis FVV Seite 32
- 5.2 Anwendung 2: Briefpapier FVV, WFV Seite 33
- 5.3 Anwendung 3: Weinfestplakat 2004 FVV Seite 34
- 5.4 Anwendung 4: Flagge Seite 35

## 1.0 DIE LOGOS

### INFOTEXT

Modern, offen und anders präsentiert sich Wasserburg am Inn mit dem Logo. Es wirkt durch seine geschwungene Form und die Farbgebung freundlich und attraktiv - modern und doch zeitlos, steht für das Selbstbewusstsein, die Freundlichkeit und Offenheit der Wasserburger gegenüber Ihren Gästen und Bürgern. Dadurch werden beim Betrachter positive Emotionen geweckt.

Die Agentur \_atnic visualisierte mit dem Logo ein „W“ auf einer Wasserwelle. Die Welle symbolisiert den Fluss „Inn“, der die Stadt in einer Schleife umfließt und ihr somit die geografisch einzigartige Halbinsellage verleiht. Das „W“ steht als Synonym für die Stadt und als Initial für den Namen.

Die einzelnen Claims „Schleife mit Flair“, „Einkaufen mit Flair“ und „Erleben mit Flair“ stellen die Verbindung des Logos mit der Stadt, dem Wirtschafts-Förderungs-Verband und dem Fremdenverkehrsverein her und unterstreichen die Aussagekraft und Wirkung. Sie bringen das besondere Flair zum Ausdruck, das die mittelalterliche Stadt Wasserburg am Inn charakterisiert.

#### Achtung:

Das Logo darf nur in seiner Originalform verwendet werden. Bitte nutzen Sie ausschließlich die zur Verfügung gestellten Dateivorlagen.

## 1.1 DAS STADTLOGO (HAUPTLOGO)

### 1.1.1 LOGO OHNE TEXT (SIGNET)



Volltonfarben  
Pantone 1797 C  
oder 1797 U



Farbwerte in CMYK  
C 0 %  
M 94 %  
Y 94 %  
K 6 %



Farbwerte in RGB  
R 239  
G 18  
B 9



Graustufen  
71,8 %



Schwarz/Weiß

#### Achtung:

Die hier dargestellten Signets dienen lediglich der Veranschaulichung. Mit Ausnahme der Anwendung Seite 35, 5.4, Anwendung 4: Flagge FVV, darf dieses Symbol des Logos nur in Verbindung mit dem Schriftzug „Wasserburg am Inn“ verwendet werden. Die korrekten Logovarianten finden Sie auf den folgenden Seiten.

#### Farbvarianten:

Findet das Hauptlogo der Stadt Wasserburg am Inn Verwendung in Verbindung mit dem Wirtschaftsförderverein oder dem Fremdenverkehrsverein, so kann das Logo auch in die jeweiligen Symbolfarben eingefärbt werden.

#### Negativdarstellung:

Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

## 1.1.2 LOGO MIT TEXT



Volltonfarben  
Signet:  
Pantone 1797 C  
oder 1797 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U

Farbwerte in CMYK  
Signet:  
C 0 %  
M 94 %  
Y 94 %  
K 6 %  
Text:  
K 65 %

Farbwerte in RGB  
Signet:  
R 239  
G 18  
B 9  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89

Graustufen  
Signet: 71,8 %  
Text: 65 %

Schwarz/Weiß

Farbvarianten:  
Findet das Hauptlogo der Stadt Wasserburg am Inn Verwendung in Verbindung mit dem Wirtschaftsförderverein oder dem Fremdenverkehrsverein, so kann das Logo auch in die jeweiligen Symbolfarben eingefärbt werden.

Negativdarstellung:  
Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

### 1.1.3 LOGO MIT TEXT UND CLAIM



Volltonfarben  
Signet/Claim:  
Pantone 1797 C  
oder 1797 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U

Farbwerte in CMYK  
Signet/Claim:  
C 0 %  
M 94 %  
Y 94 %  
K 6 %  
Text:  
K 65 %

Farbwerte in RGB  
Signet/Claim:  
R 239  
G 18  
B 9  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89

Graustufen  
Signet/Claim: 71,8 %  
Text: 65 %

Schwarz/Weiß

Farbvarianten:  
Findet das Hauptlogo der Stadt Wasserburg am Inn Verwendung in Verbindung mit dem Wirtschaftsförderverein oder dem Fremdenverkehrsverein, so kann das Logo auch in die jeweiligen Symbolfarben eingefärbt werden.

Negativdarstellung:  
Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.



### 1.1.4 LOGO MIT TEXT RECHTSBÜNDIG



Volltonfarben

Signet:

Pantone 1797 C

oder 1797 U

Text:

Pantone 424 C

oder 424 U

Farbwerte in CMYK

Signet:

C 0 %

M 94 %

Y 94 %

K 6 %

Text:

K 65 %

Farbwerte in RGB

Signet:

R 239

G 18

B 9

Text:

R 89

G 89

B 89

Graustufen

Signet: 71,8 %

Text: 65 %

Schwarz/Weiß

Achtung Ausnahmepositionierung:

Die Verwendung dieser rechtsbündigen Varianten ist nur zulässig, wenn das Logo auf der rechten Seite eines Layouts platziert wird. Im Regelfall sollen jedoch die linksgerichteten Varianten zum Einsatz kommen.

Negativdarstellung:

Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

Farbvarianten:

Findet das Hauptlogo der Stadt Wasserburg am Inn Verwendung in Verbindung mit dem Wirtschaftsförderverein oder dem Fremdenverkehrsverein, so kann das Logo auch in die jeweiligen Symbolfarben eingefärbt werden.

## 1.1.5 LOGO MIT TEXT RECHTSBÜNDIG UND CLAIM



Volltonfarben

Signet:

Pantone 1797 C

oder 1797 U

Text:

Pantone 424 C

oder 424 U

Farbwerte in CMYK

Signet:

C 0 %

M 94 %

Y 94 %

K 6 %

Text:

K 65 %

Farbwerte in RGB

Signet:

R 239

G 18

B 9

Text:

R 89

G 89

B 89

Graustufen

Signet: 71,8 %

Text: 65 %

Schwarz/Weiß

Achtung Ausnahmepositionierung:

Die Verwendung dieser rechtsbündigen Varianten ist nur zulässig, wenn das Logo auf der rechten Seite eines Layouts platziert wird. Im Regelfall sollen jedoch die linksgerichteten Varianten zum Einsatz kommen.

Negativdarstellung:

Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

Farbvarianten:

Findet das Hauptlogo der Stadt Wasserburg am Inn Verwendung in Verbindung mit dem Wirtschaftsförderverein oder dem Fremdenverkehrsverein, so kann das Logo auch in die jeweiligen Symbolfarben eingefärbt werden.

## 1.2 LOGO FREMDENVERKEHRSVEREIN

### 1.2.1 LOGO OHNE TEXT (SIGNET)



Volltonfarben  
Pantone 348 C  
oder 348 U



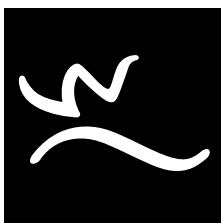
Farbwerte in CMYK  
C 100 %  
M 0 %  
Y 79 %  
K 27 %



Farbwerte in RGB  
R 0  
G 103  
B 62



Graustufen  
65,69 %



Schwarz/Weiß

#### Achtung:

Die hier dargestellten Signets dienen lediglich der Veranschaulichung. Mit Ausnahme der Anwendung Seite 35, 5.4, Anwendung 4: Flagge FVV, darf dieses Symbol des Logos nur in Verbindung mit dem Schriftzug „Wasserburg am Inn“ verwendet werden. Die korrekten Logovarianten finden Sie auf den folgenden Seiten.

#### Negativdarstellung:

Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

## 1.2.2 LOGO MIT TEXT



Volltonfarben  
Signet/Text unten:  
Pantone 348 C  
oder 348 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Farbwerte in CMYK  
Signet/Text unten:  
C 100 %  
M 0 %  
Y 79 %  
K 27 %  
Text:  
K 65 %



Farbwerte in RGB  
Signet/Text unten:  
R 0  
G 103  
B 62  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89



Graustufen  
Signet/Text unten: 65,69 %  
Text: 65 %



Schwarz/Weiß

Negativdarstellung:  
Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

## 1.2.3 LOGO MIT TEXT UND CLAIM



Volltonfarben  
Signet/Text unten/Claim:  
Pantone 348 C  
oder 348 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Farbwerte in CMYK  
Signet/Text unten/Claim:  
C 100 %  
M 0 %  
Y 79 %  
K 27 %  
Text:  
K 65 %



Farbwerte in RGB  
Signet/Text unten/Claim:  
R 0  
G 103  
B 62  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89



Graustufen  
Signet/Text unten/Claim: 65,69 %  
Text: 65 %



Schwarz/Weiß

Negativdarstellung:  
Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

## 1.2.4 LOGO MIT TEXT RECHTSBÜNDIG



Volltonfarben  
 Signet/Text unten:  
 Pantone 348 C  
 oder 348 U  
 Text:  
 Pantone 424 C  
 oder 424 U



Farbwerte in CMYK  
 Signet/Text unten:  
 C 100 %  
 M 0 %  
 Y 79 %  
 K 27 %  
 Text:  
 K 65 %



Farbwerte in RGB  
 Signet/Text unten:  
 R 0  
 G 103  
 B 62  
 Text:  
 R 89  
 G 89  
 B 89



Graustufen  
 Signet/Text unten: 65,69 %  
 Text: 65 %



Schwarz/Weiß

Achtung Ausnahmepositionierung:  
 Die Verwendung dieser rechtsbündigen Varianten ist nur zulässig, wenn das Logo auf der rechten Seite eines Layouts platziert wird. Im Regelfall sollen jedoch die linksgerichteten Varianten zum Einsatz kommen.

Negativdarstellung:  
 Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

## 1.2.5 LOGO MIT TEXT RECHTSBÜNDIG UND CLAIM



Volltonfarben  
 Signet/Text unten/Claim:  
 Pantone 348 C  
 oder 348 U  
 Text:  
 Pantone 424 C  
 oder 424 U

Farbwerte in CMYK  
 Signet/Text unten/Claim:  
 C 100 %  
 M 0 %  
 Y 79 %  
 K 27 %  
 Text:  
 K 65 %

Farbwerte in RGB  
 Signet/Text unten/Claim:  
 R 0  
 G 103  
 B 62  
 Text:  
 R 89  
 G 89  
 B 89

Graustufen  
 Signet/Text unten: 65,69 %  
 Text: 65 %

Schwarz/Weiß

Achtung Ausnahmepositionierung:  
 Die Verwendung dieser rechtsbündigen Varianten ist nur zulässig, wenn das Logo auf der rechten Seite eines Layouts platziert wird. Im Regelfall sollen jedoch die linksgerichteten Varianten zum Einsatz kommen.

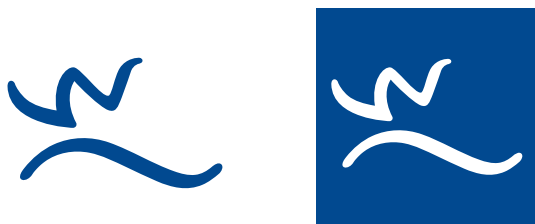
Negativdarstellung:  
 Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

## 1.3 LOGO WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNGS-VERBAND

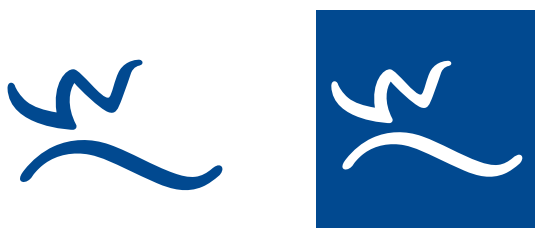
### 1.3.1 LOGO OHNE TEXT (SIGNET)



Volltonfarben  
Pantone 280 C  
oder 280 U



Farbwerte in CMYK  
C 100 %  
M 72 %  
Y 0 %  
K 18 %



Farbwerte in RGB  
R 12  
G 37  
B 119



Graustufen  
65 %



Schwarz/Weiß

**Achtung:**  
Die hier dargestellten Signets dienen lediglich der Veranschaulichung. Mit Ausnahme der Anwendung Seite 35, 5.4, Anwendung 4: Flagge FVV, darf dieses Symbol des Logos nur in Verbindung mit dem Schriftzug „Wasserburg am Inn“ verwendet werden. Die korrekten Logovarianten finden Sie auf den folgenden Seiten.

**Negativdarstellung:**  
Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.



### 1.3.2 LOGO MIT TEXT



Volltonfarben  
Signet/Text unten:  
Pantone 280 C  
oder 280 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Farbwerte in CMYK  
Signet/Text unten:  
C 100 %  
M 72 %  
Y 0 %  
K 18 %  
Text:  
K 65 %



Farbwerte In RGB  
Signet/Text unten:  
R 12  
G 37  
B 119  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89



Graustufen  
Signet: 65%  
Text: 65 %



Schwarz/Weiß

Negativdarstellung:  
Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

### 1.3.3 LOGO MIT TEXT UND CLAIM



Volltonfarben  
 Signet/Text unten/Claim:  
 Pantone 280 C  
 oder 280 U  
 Text:  
 Pantone 424 C  
 oder 424 U



Farbwerte in CMYK  
 Signet/Text unten/Claim:  
 C 100 %  
 M 72 %  
 Y 0 %  
 K 18 %  
 Text:  
 K 65 %



Farbwerte In RGB  
 Signet/Text unten/Claim:  
 R 12  
 G 37  
 B 119  
 Text:  
 R 89  
 G 89  
 B 89



Graustufen  
 Signet: 65 %  
 Text: 65 %



Schwarz/Weiß



Negativdarstellung:  
 Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

### 1.3.4 LOGO MIT TEXT RECHTSBÜNDIG

WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNGS-VERBAND  
WASSERBURG AM INN 



Volltonfarben  
Signet/Text unten:  
Pantone 280 C  
oder 280 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U

WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNGS-VERBAND  
WASSERBURG AM INN 



Farbwerte in CMYK  
Signet/Text unten:  
C 100 %  
M 72 %  
Y 0 %  
K 18 %  
Text:  
K 65 %

WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNGS-VERBAND  
WASSERBURG AM INN 



Farbwerte In RGB  
Signet/Text unten:  
R 12  
G 37  
B 119  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89

WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNGS-VERBAND  
WASSERBURG AM INN 



Graustufen  
Signet: 65 %  
Text: 65 %

WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNGS-VERBAND  
WASSERBURG AM INN 



Schwarz/Weiß

Achtung Ausnahmepositionierung:  
Die Verwendung dieser rechtsbündigen Varianten ist nur zulässig, wenn das Logo auf der rechten Seite eines Layouts platziert wird. Im Regelfall sollen jedoch die linksgerichteten Varianten zum Einsatz kommen.

Negativdarstellung:  
Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

### 1.3.5 LOGO MIT TEXT RECHTSBÜNDIG UND CLAIM



Volltonfarben  
Signet/Text unten/Claim:  
Pantone 280 C  
oder 280 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Farbwerte in CMYK  
Signet/Text unten/Claim:  
C 100 %  
M 72 %  
Y 0 %  
K 18 %  
Text:  
K 65 %



Farbwerte In RGB  
Signet/Text unten/Claim:  
R 12  
G 37  
B 119  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89



Graustufen  
Signet: 65 %  
Text: 65 %



Schwarz/Weiß



Achtung Ausnahmepositionierung:  
Die Verwendung dieser rechtsbündigen Varianten ist nur zulässig, wenn das Logo auf der rechten Seite eines Layouts platziert wird. Im Regelfall sollen jedoch die linksgerichteten Varianten zum Einsatz kommen.

Negativdarstellung:  
Besitzt das Medium in dem das Logo eingebunden wird eine eigene Hintergrundfarbe, so ist das Logo nicht in der definierten Standardfarbe sondern im Negativ anzuwenden.

## 2.0 DIE SCHRIFTEN

### 2.1 INFORMATION ZUR HAUSSCHRIFT

Bei den für das Logo verwendeten Schriften handelt es sich um die Familie der Meta. Sie stammt aus dem Jahre 1991 und wurde von dem Autor, Schriftentwerfer und Informationsdesigner Erik Spiekermann entworfen.

Es handelt sich dabei um eine serifenlose Antiqua, die sich in erster Linie durch eine hervorragende Lesbarkeit auszeichnet. Dies gilt für alle Einsatzbereiche, d.h. sowohl im Druck (auch in kleinen Schriftgrößen) als auch in den elektronischen Medien (Bildschirmdarstellung). Die Meta ist eine schmallaufende Schrift, sehr gut lesbar und hat einen ausgewogenen, zeitlosen Charakter. Sie bietet gegenüber Schriften mit großer Laufweite erhebliche Vorteile bei der Verarbeitung großer Textmengen.

Schrift und Typografie sind wichtige Gestaltungsparameter des Erscheinungsbildes der Stadt Wasserburg am Inn. Sie tragen wesentlich zum Aufbau einer eigenständigen visuellen Außen- darstellung bei. Für Wasserburg am Inn, ihren Einrichtungen und Vereinen und der somit großen Zahl an Publikationen, ist dies ein großer Vorteil.

Bei Fragen zur Verwendung der verschiedenen Schriften sowie zu den Bezugsquellen wenden Sie sich bitte an:

Agentur \_atnic GbR  
multimedia\_werbung\_grafik  
Ledererzeile 31a / Greinhof II  
D-83512 Wasserburg am Inn  
t. 0 80 71 - 1 04 98 90  
f. 0 80 71 - 1 04 98 91  
e. info@atnic.de  
w. www.atnic.de  
Ansprechpartner: Herr Attila Kiss-Päl

## 2.2 INFORMATIONEN ZUR KORRESPONDENZSCHRIFT

Für die Beschriftung von Briefbogen, Telefax etc. muss, sollte die Fontfamilie der *Meta* nicht vorhanden sein, die Schrift *Arial* verwendet werden. Diese ist auf allen Standard PCs und MACs mit gängigem Betriebssystem verfügbar. Es handelt sich dabei um eine serifenlose Schrift, ist ebenfalls klar gestaltet und gut lesbar.

Bei Fragen zur Verwendung der verschiedenen Schriften sowie zu den Bezugsquellen wenden Sie sich bitte an:

Agentur \_atnic GbR  
multimedia\_werbung\_grafik  
Ledererzeile 31a / Greinhof II  
D-83512 Wasserburg am Inn  
t. o 80 71 - 1 04 98 90  
f. o 80 71 - 1 04 98 91  
e. [info@atnic.de](mailto:info@atnic.de)  
w. [www.atnic.de](http://www.atnic.de)  
Ansprechpartner: Herr Attila Kiss-Päl

## 2.3 INFORMATIONEN ZUR SCHRIFT IM INTERNET

Für die Internetseiten von Wasserburg am Inn, den Einrichtungen und Vereinen wird der Schrifttyp Verdana (Sans Serif) vorgeschlagen. Diese Schrift wurde speziell für die Anwendung auf dem Bildschirm entwickelt und ist kostenfrei im Internet ([http://sourceforge.net/project/showfiles.php?group\\_id=41991](http://sourceforge.net/project/showfiles.php?group_id=41991)) verfügbar. Falls die *Verdana* nicht beim Computerbenutzer installiert ist, muss als Zweitschrift auf die *Arial* verwiesen werden.

Bei Fragen zur Verwendung der verschiedenen Schriften sowie zu den Bezugsquellen wenden Sie sich bitte an:

Agentur \_atnic GbR  
multimedia\_werbung\_grafik  
Ledererzeile 31a / Greinhof II  
D-83512 Wasserburg am Inn  
t. o 80 71 - 1 04 98 90  
f. o 80 71 - 1 04 98 91  
e. [info@atnic.de](mailto:info@atnic.de)  
w. [www.atnic.de](http://www.atnic.de)  
Ansprechpartner: Herr Attila Kiss-Pál

## 2.4 DIE SCHRIFTSCHNITTE DER HAUSSCHRIFT

Meta Plus Book Caps Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890*

*ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ*

Meta Plus Book Caps

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Meta Plus Book Roman

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Meta Plus Book Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

Meta Plus Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Für den Text der Logos kommt die Meta Plus Book Caps Italic zum Einsatz.

Für den Claim „Schleife mit Flair“ wird die Meta Plus Book Roman verwendet.

Um die Palette zu erweitern, können für verschiedene Medien wie Plakate, Anzeigen etc. auch die Schnitte Meta Plus Book Caps, Meta Plus Book Italic und Meta Plus Bold eingesetzt werden.

Für Überschriften sind die Meta Plus Book Caps und die Meta Plus Book Roman der Meta Plus Bold vorzuziehen. Es sollten keine Black-Schnitte (überfette) verwendet werden.

Um ein ausgewogeneres Schriftbild zu erzielen, sollten Sie für jegliche Layoutsoftware eine Laufweite von 5 pt wählen.

**Achtung:**

Die nicht autorisierte Weitergabe von Schriften ist strafbar. Bei Fragen zur Verwendung der verschiedenen Schriften sowie zu den Bezugsquellen wenden Sie sich bitte an:

Agentur \_atnic GbR  
multimedia\_werbung\_grafik  
Ledererzeile 31a / Greinhof II  
D-83512 Wasserburg am Inn  
t. 0 80 71 - 1 04 98 90  
f. 0 80 71 - 1 04 98 91  
e. info@atnic.de  
w. www.atnic.de

Ansprechpartner: Herr Attila Kiss-Päl



## 2.5 DIE SCHRIFTSCHNITTE DER KORRESPONDENZSCHRIFT

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Arial Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

Arial Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Arial Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

## 2.6 DIE SCHRIFTSCHNITTE DER SCHRIFT IM INTERNET

Verdana Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Verdana Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

Verdana Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Verdana Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

## 3.0 DIE FARBEN

### 3.1 DAS STADTLOGO (HAUPTLOGO)



Signet/Claim

Volltonfarben  
Signet/Claim:  
Pantone 1797 C  
oder 1797 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Text

Volltonfarben  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Signet/Claim

Farbwerte in CMYK  
Signet/Claim:  
C 0 %  
M 94 %  
Y 94 %  
K 6 %



Text

Farbwerte in CMYK  
Text:  
K 65 %



Signet/Claim

Farbwerte in RGB  
Signet/Claim:  
R 239  
G 18  
B 9



Text

Farbwerte in RGB  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89



Signet/Claim

Graustufen  
Signet/Claim: 71,8 %



Text

Graustufen  
Text: 65 %

## 3.2 LOGO FREMDENVERKEHRSVEREIN



Signet

Volltonfarben  
Signet:  
Pantone 348 C  
oder 348 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Text

Volltonfarben  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Signet

Farbwerte in CMYK  
Signet:  
C 100 %  
M 0 %  
Y 79 %  
K 27 %



Text

Farbwerte in CMYK  
Text:  
K 65 %



Signet

Farbwerte in RGB  
Signet:  
R 0  
G 103  
B 62



Text

Farbwerte in RGB  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89



Signet

Graustufen  
Signet: 65,69 %



Text

Graustufen  
Text: 65 %

### 3.3 LOGO WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNGS-VERBAND



Signet

Volltonfarben  
Signet:  
Pantone 280 C  
oder 280 U  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Text

Volltonfarben  
Text:  
Pantone 424 C  
oder 424 U



Signet

Farbwerte in CMYK  
Signet:  
C 100 %  
M 72 %  
Y 0 %  
K 18 %



Text

Farbwerte in CMYK  
Text:  
K 65 %



Signet

Farbwerte in RGB  
Signet:  
R 12  
G 37  
B 119



Text

Farbwerte in RGB  
Text:  
R 89  
G 89  
B 89



Signet

Graustufen  
Signet: 65 %

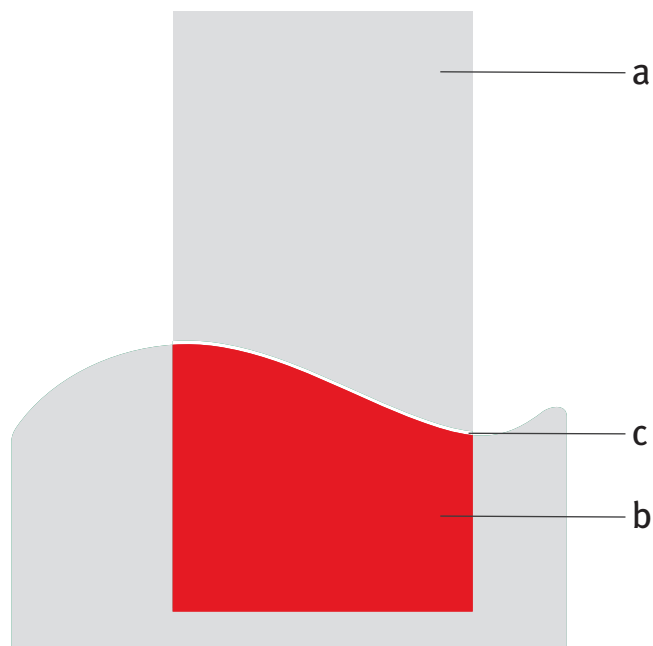


Text

Graustufen  
Text: 65 %

## 4.0 LAYOUTVORGABEN

### 4.1 LAYOUTVORGABE 1: SCHLEIFE ALS CI-FARBFLÄCHE



Die hier gezeigten Vorgaben eignen sich für das Layouten von Prospekttiteln, Plakaten und jeglichem weiteren Informationsmaterial.

a. Bildbereich: Die Höhe des Bildbereichs variiert je nach Bildmotiv und kann flexibel gestaltet werden.

b. Textbereich: Der Bogen für die Farbfläche ergibt sich aus der Schleife des Logos. Er kann entweder aus der kompletten Schleifenform bestehen oder nur aus einem Teil. Auf dieser Fläche werden der Text und das Logo platziert. Sie kann ebenfalls in der Höhe variieren und richtet sich nach der Textmenge und dem im Bereich a gesetzten Bild.

Die Schleife verläuft immer vom linken zum rechten Rand. Die Farbfläche berührt also links, rechts und unten den Formatrand.

Das Logo wird in den meisten Fällen im linken unteren Farbbereich negativ platziert, während der Text linksbündig mit diesem darüber sitzt.

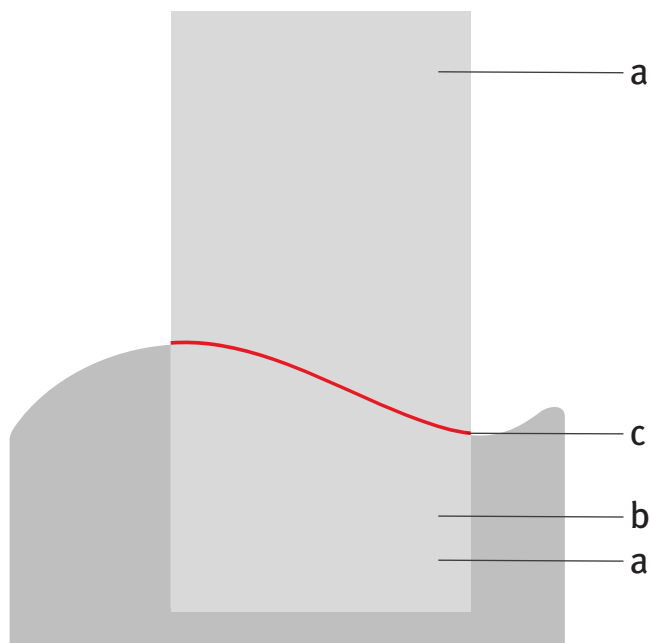
c. Weiße Linie: Um bei Bedarf Bild- und roten bzw. grünen oder blauen Textbereich noch deutlicher zu trennen, muss eine weiße Linie zwischen beide gesetzt werden.

**Achtung:**

Die Schleife darf nicht gestaucht werden. Sie darf proportional verkleinert oder vergrößert werden und länger oder kürzer sein.



## 4.2 LAYOUTVORGABE 2: SCHLEIFE ALS CI-FARBLINIE



Die hier gezeigten Vorgaben eignen sich für das Layout von Prospekttiteln, Plakaten und jeglichem weiteren Informationsmaterial.

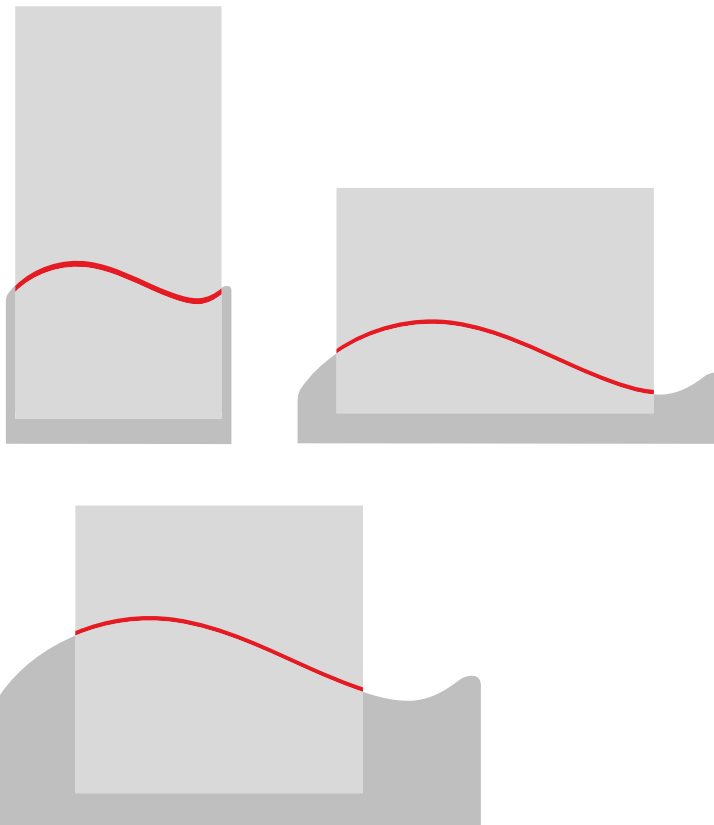
a. Bildbereich: Bei dieser Vorgabe nimmt das Bild die ganze Fläche ein.

b. Textbereich: Unter der farbigen Linie (c.) werden der Text und das Logo platziert. Der Textbereich kann ebenfalls in der Höhe variieren und richtet sich nach der Textmenge. Das Logo wird in den meisten Fällen in den linken unteren Bereich gesetzt, während der Text linksbündig mit diesem darüber sitzt.

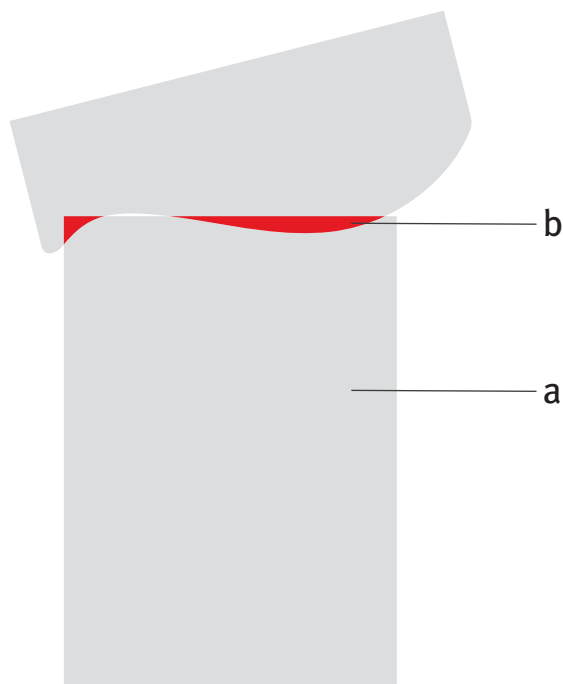
c. Farbige Linie: Die Linie ergibt sich aus der Schleife des Logos. Sie kann sich entweder aus der kompletten Schleifenform bilden oder nur aus einem Teil.

**Achtung:**

Die Schleife darf nicht gestaucht werden. Sie darf proportional verkleinert oder vergrößert werden und länger oder kürzer sein.



## 4.3 LAYOUTVORGABE 3: SCHLEIFE ALS ANGESCHNITTENE FLÄCHE



Die hier gezeigten Vorgaben eignen sich für das Layouten von Prospekttiteln, Plakaten und jeglichem weiteren Informationsmaterial.

a. Bildbereich bzw. Textbereich

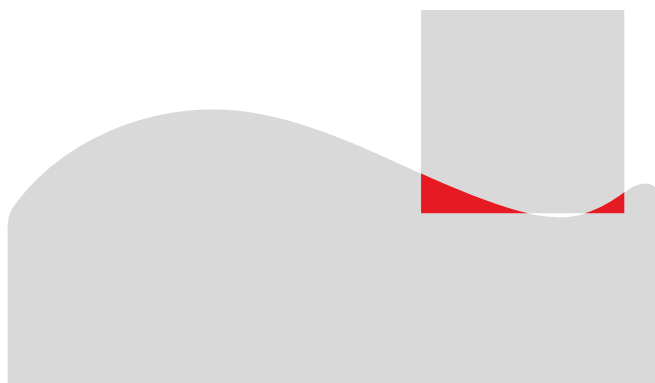
b. Farbfläche: Die Farbfläche kann für sich allein stehen. Sie kann auch dazu genutzt werden das Logo zu platzieren.

Der Anschnitt kann selbst gewählt sein, muss sich allerdings aus der Schleife ergeben.

**Achtung:**

Oberes Beispiel zeigt die Schleife gespiegelt und gedreht. In diesem Fall muss eines der rechtsbündigen Logos zum Einsatz kommen.

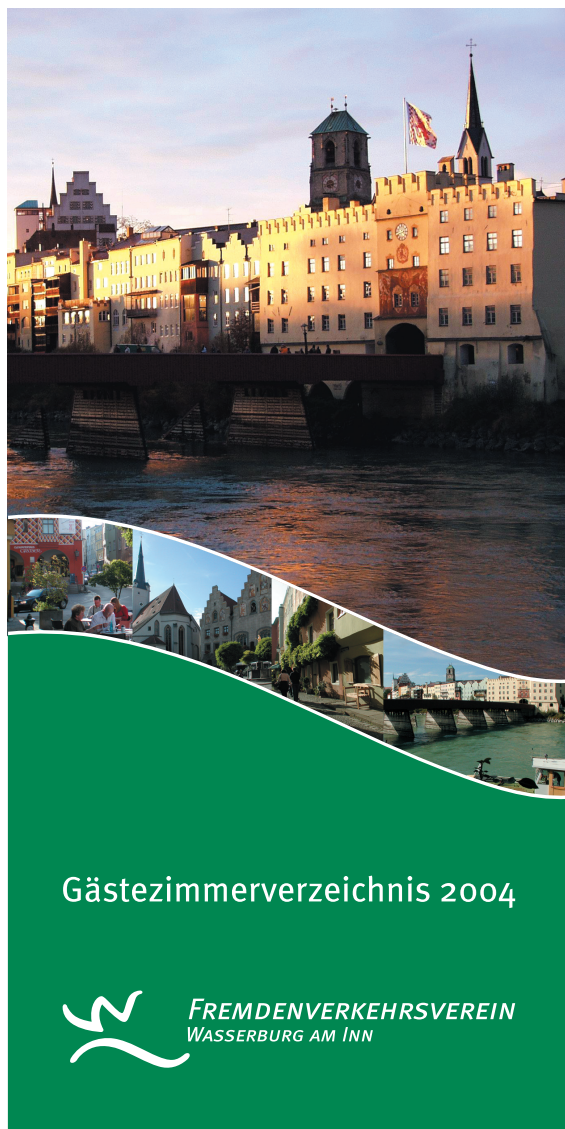
Die Schleife darf nicht gestaucht werden. Sie darf proportional verkleinert oder vergrößert werden und länger oder kürzer sein.





## 5.0 ANWENDUNGSBEISPIELE

### 5.1 ANWENDUNG 1: GÄSTEZIMMERVERZEICHNIS FVV



## 5.2 ANWENDUNG: BRIEFPAPIER FVV, WFV



## 5.3 ANWENDUNG: WEINFESTPLAKAT 2004 FVV



5.4 ANWENDUNG: FLAGGE



Kontakt:

Agentur\_atnic GbR  
multimedia\_werbung\_grafik  
Ledererzeile 31a / Greinhof II  
D-83512 Wasserburg am Inn  
t. 0 80 71 \_ 1 04 98 90  
f. 0 80 71 \_ 1 04 98 91  
e. info@atnic.de  
w. www.atnic.de

Ansprechpartner: Herr Attila Kiss-Pàl

Stadt Wasserburg am Inn  
Marienplatz 2  
D-83512 Wasserburg am Inn  
t. 0 80 71 - 1 05 19  
f. 0 80 71 - 1 05 70  
e. info@stadt.wasserburg.de  
w. www.wasserburg.de

Ansprechpartner: Herr Andreas Hiebl