

NUTZUNGS- BEDINGUNGEN

NUTZUNGSBEDINGUNGEN FÜR DEN EINSATZ DES OFFIZIELLEN MARKENZEICHENS DER DESTINATION SALZBURGERLAND

DURCH ZUSTIMMUNG ZU DIESEN NUTZUNGSBEDINGUNGEN RÄUMT IHNEN DIE SALZBURGERLAND TOURISMUS GMBH BIS AUF WIDERRUF DAS NICHT-EXKLUSIVE RECHT EIN, DAS MARKENKENNZEICHEN NICHT-KOMMERZIELL ZU NUTZEN. DIE SLTG BEHÄLT SICH AUSDRÜCKLICH DAS RECHT VOR, VORSTEHEND GENANNTENUTZUNG BELIEBIG VIELEN DRITTEN EINZURÄUMEN.

DIE SLTG GESTATTET DIE KOSTENLOSE VERWENDUNG UNTER BERÜCKSICHTIGUNG UND STRIKTER EINHALTUNG DER VERWENDUNGSVORGABEN (SH. UNTEN ANGEFÜGT). SOLLTE EIN DRITTER IN IHREM AUFTRAG PRODUZIEREN, GEWÄHRLEISTEN SIE DIE EINHALTUNG DIESER VORGABEN DURCH DEN DRITTEN.

DIE VERWENDUNG DES LOGOS DER SLTG DARF NICHT IN EINER ART UND WEISE ANGELEGT WERDEN, DIE GEEIGNET IST, DEM RUF UND DEM ANSEHEN DES SALZBURGERLANDES, DER SALZBURGERLAND TOURISMUS GMBH ODER EINER SONSTIGEN ÖFFENTLICHEN ODER PRIVATEN EINRICHTUNG ZU SCHADEN.

DURCH BESTÄTIGUNG DIESER NUTZUNGSBEDINGUNGEN STIMMEN SIE ZU, DASS SIE DEN INHALT DER VERWENDUNGSVORGABEN ZUR KENNTNIS GENOMMEN HABEN UND DIESE VORGABEN STRIKT EINHALTEN.

VERWENDUNGSVORGABEN

DAS VERTRAGSGEGENSTÄNDLICHE MARKENKENNZEICHEN IST ALS LOGO (MARKENZEICHEN) IN JEDEM FALL AUSSCHLIESSLICH FREISTEHEND ZU VERWENDEN; INSBESONDERE IST JEDE UNMITTELBARE ODER MITTELBARE GRAPHISCHE KOMBINATION MIT EINEM ANDEREN ZEICHEN, LOGO, UNTERNEHMENSBEZEICHNUNG, KENNZEICHNUNG ODER EINER REGISTRIERTEN MARKE SOWIE DIE AUFNAHME DES VERTRAGSGEGENSTÄNDLICHEN KENNZEICHENS IN EIGENE MARKEN ODER UNTERNEHMENSBEZEICHNUNG DES LIZENZNEHMERS AUSNAHMSLOS UNZULÄSSIG.

UNSER LOGO

LOGO

Das Logo besteht aus dem Markennamen und 4 Farbelementen, die die vier Jahreszeiten repräsentieren und so die Erlebnisvielfalt und ganzjährige Aktivität von SalzburgerLand Tourismus verdeutlichen. Die Verwendung des Logos muss in konsistenter Form erfolgen, um seine visuelle Wirkung und den Wiedererkennungswert zu stärken.

PRIMÄR

Wann **immer möglich**, sollte die primäre Logo-Variante verwendet werden. Die primäre Variante ist zweizeilig mit vier Farbelementen sowie je nach Einsatz ein Pinselstrich im Hintergrund..



SEKUNDÄR

Sollte der zur Verfügung stehende Platz es der primären Logo-Variante nicht erlauben, optimal zur Geltung zu kommen, kann auf die sekundäre Logo-Variante (einzeilig plus vier Farbfelder) zurückgegriffen werden.



LOGO AUF BÜHNE

LOGO

Um die optische Wirkung des Logos auf unruhigen Hintergründen, z.B. auf Fotos, zu garantieren, wurde ein zusätzliches grafisches Element entwickelt, das als Separationsebene zwischen Logo und eigentlichem Hintergrund fungiert: die Bühne. Der Pinselstrich, dem die Bühne nachempfunden ist, greift die gleichen Überlegungen auf, die bereits bei der Kreation des Logos eine wichtige Rolle gespielt haben. So vermittelt auch dieses Element künstlerischen Ausdruck, Virtuosität, Lifestyle und Leichtigkeit - und verstärkt damit auf organische Weise die Wirkung des Logos.

PRIMÄR



Für alle relevanten Kommunikationsmittel sollte, wenn möglich, immer die primäre Variante des Logos mit Bühne verwendet werden. (siehe **Seite 9-12**)

SEKUNDÄR



Die sekundäre Variante des Logos mit Bühne sollte nur verwendet werden, wenn der zur Verfügung stehende Platz es der primären Logo-Variante nicht erlauben, optimal zur Geltung zu kommen. (siehe **Seite 9-12**)

SCHUTZ- BEREICH

LOGO

Um das Logo muss sich immer ein Schutzbereich befinden. Dieser muss frei von anderen grafischen Elementen, Bildern oder Text, insbesondere aber fremden Logos, sein, um sicherzustellen, dass die visuelle Integrität des Logos gewahrt bleibt. Der Schutzbereich definiert sich durch „X“ und entspricht der einfachen Höhe und eineinhalbfachen Breite, der im Logo verwendeten gelben Farbfläche.

PRIMÄR



SEKUNDÄR



LOGO-GRÖSSEN

LOGO

Die Größe, in der das Logo dargestellt wird, sollte immer abhängig von der zur Verfügung stehenden Fläche, der gesamt-ästhetischen Wirkung und seiner Funktion im konkreten Fall gewählt werden, und dem Logo auf gestalterisch ausgewogene Weise maximale Sichtbarkeit verschaffen. Für die Darstellung des Logos ist keine Maximalgröße festgelegt. Seine Darstellung darf eine gewisse Minimalgröße aber nicht unterschreiten (siehe unten). Sollte die geplante Darstellung des Logos kleiner als die festgelegte Minimalgröße sein, muss dies im Einzelfall durch die SLTG oder der Agentur freigegeben werden.

PRIMÄR



PRINT W: 12 mm
WEB W: 85 px

SEKUNDÄR



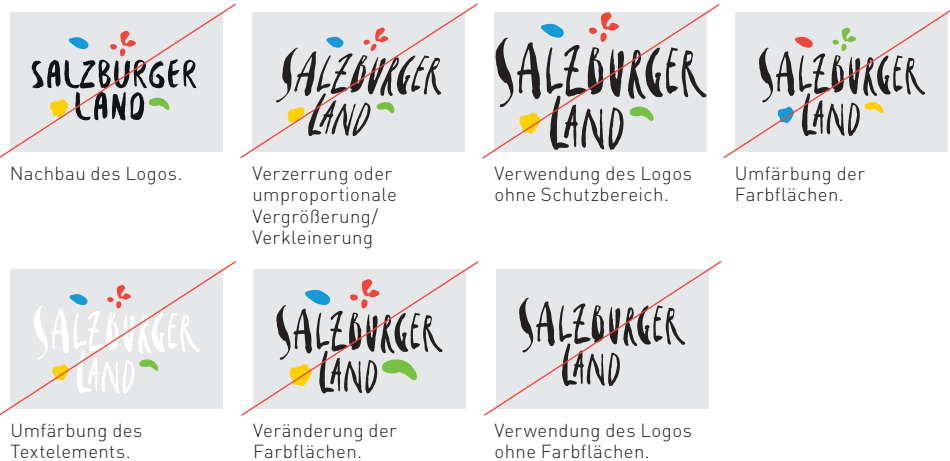
PRINT W: 16 mm
WEB W: 115 px

VERBOTENE VERSIONEN

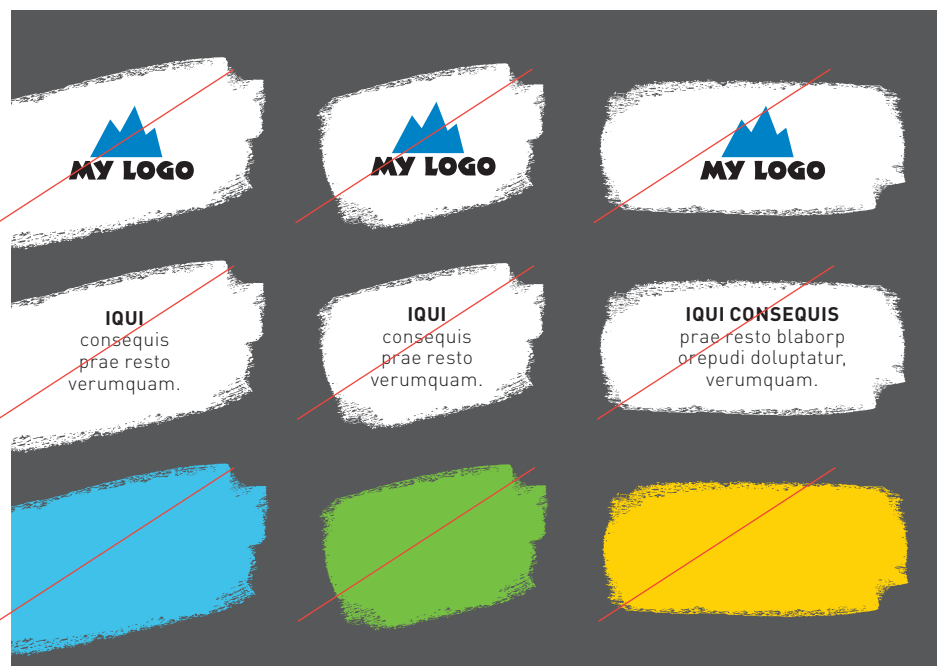
LOGO

Jede Modifikation des Logos gefährdet die visuelle Integrität und verringert seinen Wiedererkennungswert. Im Kurationsprozess wurden unterschiedliche Verwendungsweisen des Logos berücksichtigt und entsprechend zulässige Versionen geschaffen. Nachbau, Übersetzung oder sonstige Veränderung der Originale sind ausnahmslos untersagt. Die nachstehende Liste gibt einen Überblick über jene Veränderungen, die unbedingt vermieden werden müssen, um die Markenintegrität zu schützen.

DON'TS



Die Umfärbung oder Verwendung der Bühne für Untermarken, als reines grafisches Element, als Platzhalter etc. ist ausnahmslos untersagt.



ALTE LOGOS

LOGO Mit Anfang des Jahres 2016 findet der Relaunch des SalzburgerLand-Logos statt. Um alle Kommunikationsmaterialien auf dem neuesten Stand zu halten, ist daher die Verwendung älterer Logos untersagt. Das neue Logo soll flächendeckend eingesetzt werden und alle bisher genutzten Logos der Destination SalzburgerLand ersetzen.



SalzburgerLand

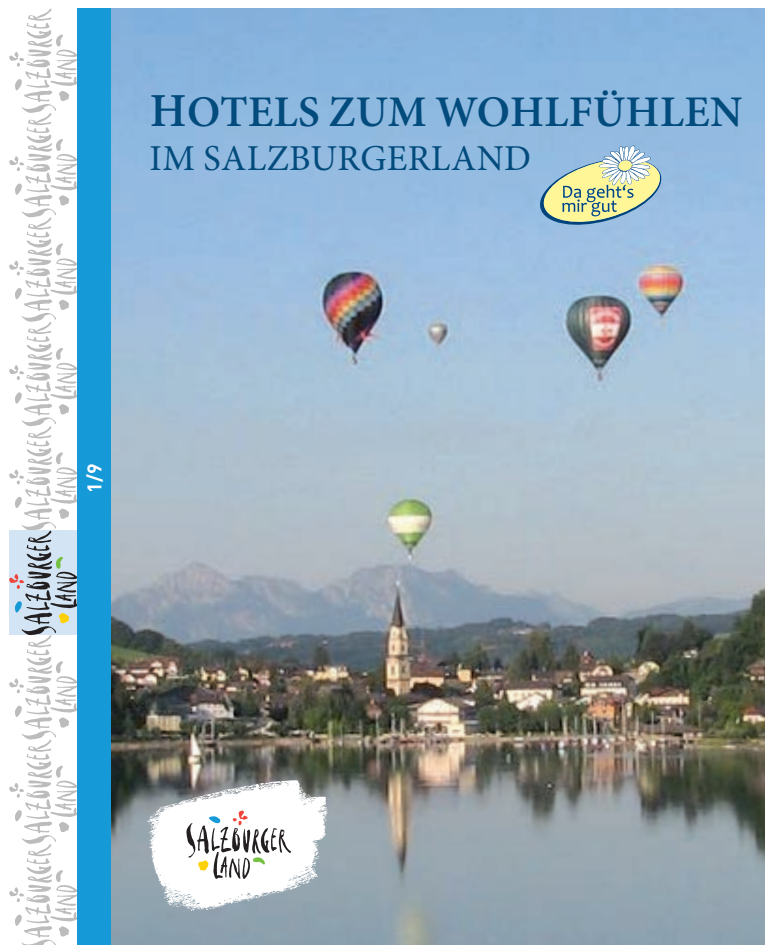
SalzburgerLand
Ein kleines Paradies

LOGO ANWENDUNG - SUB BRAND

LOGO

Die untenstehenden Beispiele geben einen Überblick über die Verwendung des Logos bei Untermarken. In jenen Fällen, in denen die gegebenen Beispiele nicht hinreichend instruktiv sind, kann die SLTG oder die Agentur für weitere Informationen kontaktiert werden.

DIN FORMATE



FREIE FORMATE



POSITIONIERUNG:

Logo: 1/9 zur langen Kante.

Schutzbereich links: Ausrichtung basierend auf den restlichen Layout-Elementen.
Das Logo muss so positioniert werden, dass es mit maximaler Wirkung zur Geltung kommt.

Schutzbereich unten: Ausrichtung basierend auf den restlichen Layout-Elementen.
Das Logo muss so positioniert werden, dass es mit maximaler Wirkung zur Geltung kommt.

DIN FORMATE



FREIE FORMATE



LOGO ANWENDUNG - SPONSORING BRAND

LOGO

Die untenstehenden Beispiele geben einen Überblick über die Verwendung des Logos in Fällen, in denen SalzburgerLand Tourismus als Sponsor auftritt.

PRIMÄR



SEKUNDÄR



