



SALZBURGER
LAND

NUTZUNGS- BEDINGUNGEN



VERSION NUTZUNGSBEDINGUNGEN | JÄNNER 2016
WWW.SALZBURGERLAND.COM

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 GENANNTER NUTZUNG 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 KENNNTNIS 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 Erlebnisreiche 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



Nachbau des Logos.



Verzerrung oder umproportionale Vergrößerung/Verkleinerung



Verwendung des Logos ohne Schutzbereich.



Umfärbung der Farbflächen.



Umfärbung des Textelements.

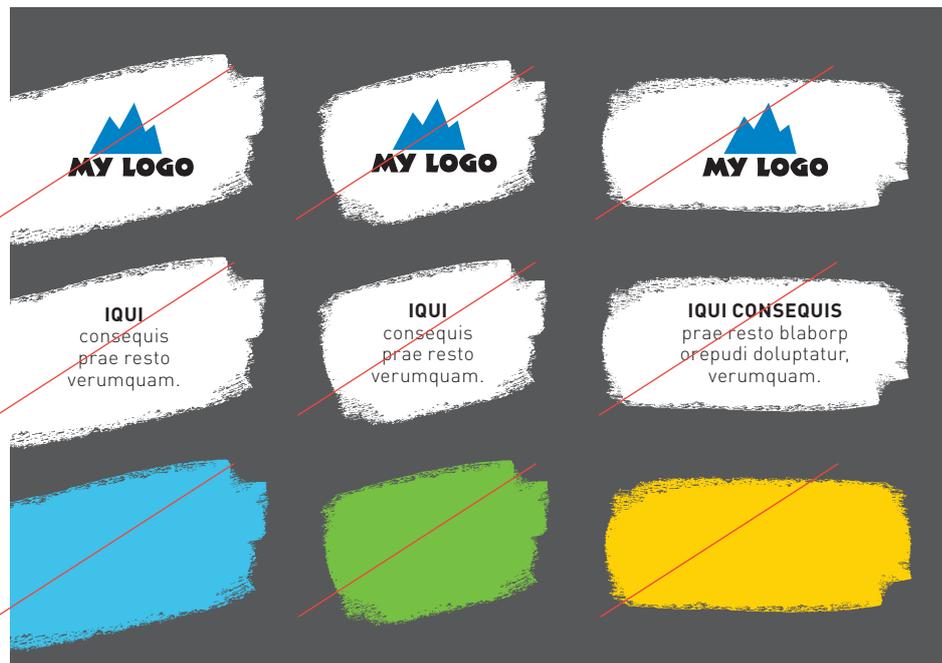


Veränderung der Farbflächen.



Verwendung des Logos ohne Farbflächen.

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



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.



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

VIP > EINLADUNG

SA 11. JULI 2015 | 16 UHR
RED BULL ARENA SALZBURG

**4 LÄNDER
3 GEWISSE
2 FINALISTEN
1 SIEGER!**

SALEZBURGERLAND

EINLADUNG Bayer 04 Leverkusen vs. VfB Stuttgart

DAS SALZBURGERLAND ZU GAST IN DER BAYARENA
1. bis 2. Februar 2014 | BayArena Leverkusen

PROGRAMM

SONNTAG, 2. FEBRUAR 2014	
17.30 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
18.30 Uhr	Tag nach dem Spiel im Stadion
19.30 Uhr	Abendessen im Hotel BayArena
20.30 Uhr	Abendessen im Hotel BayArena
21.30 Uhr	Abendessen im Hotel BayArena
22.30 Uhr	Abendessen im Hotel BayArena
23.30 Uhr	Abendessen im Hotel BayArena
DIEBENNEN, 2. FEBRUAR 2014	
10.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
11.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
12.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
13.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
14.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
15.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
16.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
17.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
18.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
19.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
20.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
21.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
22.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena
23.00 Uhr	Eröffnung im Stadion BayArena



HAVE THE DATE

SALZBURGER FESTSPIELE 2014
ag, 1. August – Sonntag, 3. August 2014

AG, 1. AUGUST
10 bis 17.00 Uhr
19.00 Uhr Abendessen
Restaurant „Obauer“

AG, 2. AUGUST
11.00 Uhr
13.00 Uhr
NACHMITTAGSPROGRAMM:
Besuch des neu eröffneten
DomQuartiers
Abend zur freien Verfügung

SONNTAG, 3. AUGUST
Gemeinsames Frühstück
Auf den Spuren der „Via Culinaria“:
Besichtigung der Kaserne Fürstenthof
im Kuchl
oder
Golfrunde auf der Anlage
des GC Am Mandlsee
ca. 14.00 Uhr offizielles Ende
der Einladung

Ihre persönliche Einladung erhalten
Sie in den nächsten Wochen.
Wir freuen uns auf Sie.

Ihr Leo Bauernberger, MBA
Stadtdirektor Salzburg

DAS 9. PLATZ

EURE STIMME ZÄHLT!
Wählen wir Rauris mit seinem Seidlwinktal zu
ÖSTERREICHS SCHÖNSTEM PLATZ!

ORF SHOW „9 Plätze - 9 Schätze“
25. Oktober 2014 • 20:15 Uhr • ORF 2

LIVE ÜBERTRAGUNG
25.10.2014
ab 19.30 Uhr
Maislalm, Sportstüberl &
Gasthof Weixen

WIR FREUEN UNS ÜBER JEDER STIMME!

Peter Löffelner, Bürgermeister
Mag. Alexandra Fankhauser, Geschäftsführung TVB

SEIDLWINKTAL BEI SCHÄTZE

WIR FREUEN UNS ÜBER JEDER STIMME!

Peter Löffelner, Bürgermeister
Mag. Alexandra Fankhauser, Geschäftsführung TVB

Tourismusbund Rauris - Sponsor: 2 - 5661 Rauris
T. 06544 200 22 - E. info@rauriser.at - www.rauriser.at

WIR FREUEN UNS ÜBER JEDER STIMME!

Peter Löffelner, Bürgermeister
Mag. Alexandra Fankhauser, Geschäftsführung TVB

Tourismusbund Rauris - Sponsor: 2 - 5661 Rauris
T. 06544 200 22 - E. info@rauriser.at - www.rauriser.at

Version Nutzungsbedingungen / 01.2016

Bei Fragen helfen wir Ihnen gerne weiter.
info@salzburgerland.com / T +43 662 6688 44

SALZBURGERLAND TOURISMUS GMBH
Wiener Bundesstraße 23 / 5300 Hallwang / Austria
T +43 662 6688 44 / F +43 662 6688 66
info@salzburgerland.com / salzburgerland.com

Konzept & Design: www.dunkelblaufastschwarz.at

© 2016 SalzburgerLand Tourismus GmbH.
Tipp- und Druckfehler vorbehalten.