



Corporate design – corporate wording

Grundsätzliche Informationen

**Überarbeitete Version
27. August 2010**

Um unser corporate design (CD) der Zeit anzupassen, wurde dieses nun etwas erweitert und noch klarer definiert.

Es gelten ab sofort folgende verbindliche

Grundsätze

1. Verwendung des logo



Bei allen neu erscheinenden bzw. neu aufgelegten Broschüren, Informationen, Foldern, etc. ist das logo zu verwenden.

Das logo wird im Intranet zum Download zur Verfügung gestellt.

2. Gestaltung der Schriftstücke (extern und intern)

Briefpapier

In der Zentralstelle bmvit, den nach geordneten Dienststellen und OSB, den nach geordneten Dienststellen der obersten Post- und Fernmeldebehörde (Sektion III) und der BAV soll beim internen und externen Schriftverkehr grundsätzlich nur das neu gestaltete Briefpapier verwendet werden.

Ausführungen

Durch die Arbeitsgruppe CD wurden in Abstimmung mit der Ressortleitung folgendes Erscheinungsbild beschlossen:

von allen zu verwenden:



Technische Umsetzung und Verwendung

Bei den Formatvorlagen dürfen, um die richtigen Positionierungen von Wappen, Slogan etc. zu berücksichtigen, keine Änderungen der Ränder vorgenommen werden.

3. Kuverts

Aufgrund der hohen Lagerbestände an neutralen Kuverts wurden keine bedruckten Kuverts beschafft.

Vor Abfertigung der Schriftstücke sind auf die neutralen Kuverts logo-Aufkleber, die in der Sektionskanzlei verfügbar sind, anzubringen.

4. Grundsätze des corporate wording

Um ein einheitliches Erscheinungsbild des bmvit sicherzustellen sind nachfolgende Regelungen einzuhalten.

Korrespondenzschrift:

Schriftart Arial 11 Punkt - bei elektronischen und gedruckten Texten

Schriftart Times New Roman 11 Punkt – optional, aber nur bei gedruckten Texten

bmvit:

Die abgekürzte Schreibweise unseres Ministeriums "bmvit" muss immer klein geschrieben werden, die einzige Ausnahme besteht bei den Geschäftszahlen.

Layout:

Alle Texte werden linksbündig gesetzt.

Die Worttrennung am Zeilenende ist zulässig, wobei die Trennung sinngemäß erfolgt und nicht nur nach dem zulässigen Prinzip der Silbentrennung nach Sprechsilben (z.B. Abendvorstellung, nicht: A-bend-vor-stellung)

Die Absätze werden durch eine Leerzeile getrennt.

Überschriften:

Die Überschriften werden fett und ebenfalls linksbündig gesetzt, keine Großschreibung, keine Unterstreichungen.

Die Hauptüberschrift wird in 16 Punkt gesetzt (Formatvorlage Headline) und nicht unterstrichen.

Zwischenüberschriften werden in 14 Punkt und weitere Überschriften werden in 11 Punkt gesetzt (Formatvorlage Betrifft).

Hervorhebungen im Text

Wörter und Sätze werden ausschließlich fett hervorgehoben. Keine Großschreibung, da diese für einzelne Abkürzungen erforderlich ist (z.B. EU, UNO, UN,)

Farben und sonstige Effekte

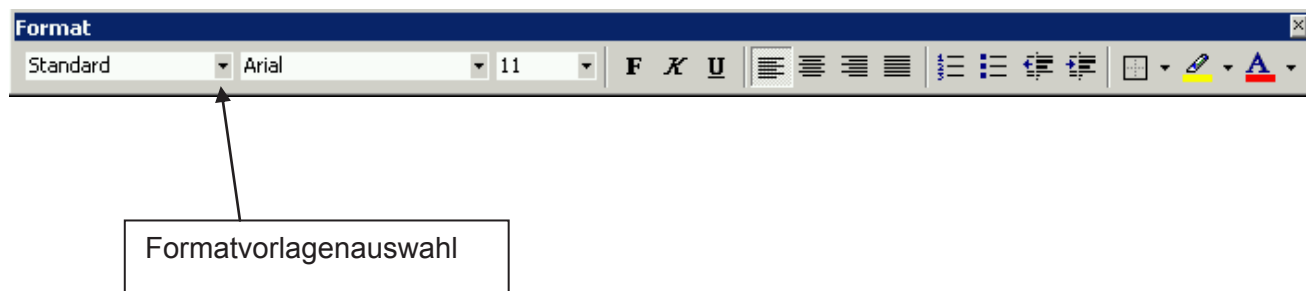
Es sollen keine Farben verwendet werden sowie keine zusätzlichen Schrifteffekte (z.B. Relief, Schatten, etc.), außer **fett** hervorgehobener Wörter und Sätze. Weiters sollen auch Umrahmungen und Kästchen und Unterstreichungen vermieden werden.

Sonderzeichen sollen vor ihrer Verwendung nach Sinn und Bedeutung überprüft werden.

Zeilenabstand

Der Zeilenabstand von mindestens 14,5 pt ist zu verwenden.

Formatierung



ACHTUNG! In jedem Briefpapier muss auf Seitenwechsel und Abschnittwechsel (Menü Einfügen, **Manueller Wechsel ...**) verzichtet werden, da sonst die automatische Seitennummerierung (im Kopftext) und das Briefpapier fehlerhaft ist!

Außerdem sind folgende Einstellungen in den Briefpapieren eingegeben:

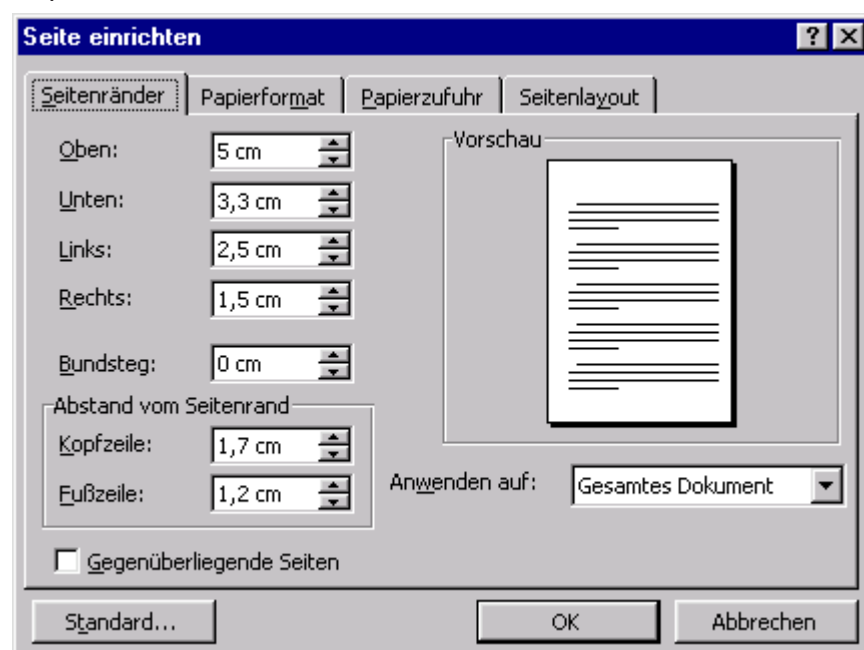
Seite einrichten (Menü Datei)

Seitenränder

Oben 5 cm - Unten 3,3 cm - Links 2,5 cm - Rechts 1,5 cm

Abstand vom Seitenrand

Kopfzeile 1,7 cm - Fußzeile 1,2 cm



Absatz (Menü Format)

Ausrichtung Links, Zeilenabstand mindestens 14,5 pt, Tabulator Rechts 17 cm, Absatzkontrolle

Aufzählungen

Aufzählungen sollen mittels Einrückungen erfolgen (Punktuation im Word machen), und auf keinen Fall nach den Punktuationen Satzzeichen setzen!

Tabellen und Grafiken

Tabellen und Grafiken sollen eine einheitliche Schrift – Arial (bei gedruckten Unterlagen kann man auch Times New Roman nehmen) und Größe aufweisen (gut lesbar!).

Abkürzungen

Abkürzungen sollen beim erstmaligen Erwähnen im Text in Klammer gesetzt werden und das Wort zuvor ausgeschrieben werden.

Gender gerechte Formulierung

Die Formulierung der Texte soll Gender gerecht sein.

Anglizismen

Mit Anglizismen soll man sparsam umgehen, und diese nur dann verwenden, wenn es die Erklärung vereinfacht und wenn der Ausdruck international üblich ist (z.B. Homepage, etc.). Dabei soll man darauf achten, dass diese Fachausdrücke im Englischen auch richtig geschrieben werden (z.B. E-Mail) und auch die richtigen Artikel verwendet werden (z.B. **die** E-Mail).

Seitennummerierung

Die Seitennummerierung erfolgt ab Seite 2 automatisch rechts unten, optional kann links unten jeweils die Gesamtanzahl der Seiten eingefügt werden.

Schlussformel/Unterschrift

Die Grußformel am Ende eines persönlich gefertigten Schriftstückes wird nach zwei Leerzeichen linksbündig gesetzt.

Der Name wird drei Leerzeichen weiter linksbündig gesetzt.

Grußformel und Name stehen in Arial oder bei gedruckten Texten auch in Times New Roman 11 Punkt (nicht fett, in Groß- und Kleinschreibung).