ASKÖ

www.askoe.at

CD-Manual



Version 2.1 | April 2019

Das vorliegende Manual präsentiert das Ergebnis des Logo-Relaunches des Dachverbandes ASKÖ und soll allen Mitarbeitern und Funktionären, Sponsoren und Lieferanten Hilfe und Arbeitsgrundlage bei der konsequenten und sukzessiven Umstellung aller Produkte auf das neue Design sein. – Es legt das Erscheinungsbild in allen Einzelheiten fest. Es bestimmt, wie Briefbögen, Visiten- und Empfehlungskarten, Folder sowie Flugblätter aussehen und was bei der Außenwerbung zu beachten ist. Nur dadurch können Außenstehende unterschiedlichste Schriftstücke auf Anhieb eindeutig der ASKÖ zuordnen.

ASKÖ

Corporate Design – Was ist das?
Warum ist ein einheitliches Erscheinungsbild so wichtig?

Wie jeder Mensch verfügt auch ein Unternehmen über eine ganz bestimmte Persönlichkeit mit charakteristischen Merkmalen. Durch diese unterscheidet es sich von allen anderen Unternehmen, diese machen es einzigartig. Dazu gehört das Auftreten nach außen und nach innen, sowie eine unverwechselbare Identität. Im modernen Marketing wurde dafür der Begriff „Corporate Identity" (CI) geprägt.

Ein wichtiger Teil dessen ist das „Corporate Design" (CD). Damit ist das visuelle Erscheinungsbild des Unternehmens gemeint und es wird durch den konstanten Einsatz folgender Gestaltungselemente geprägt: Logo, Hausschrift, Hausfarben und Gestaltungsraster.

Denn, wie ein Unternehmen „gesehen" wird, so wird es auch erlebt – und häufig macht sich ein Kunde nur mit den Augen oder mit dem Gefühl eine Vorstellung über sein „Gegenüber"; und zwar nicht allein aufgrund guter Leistungen und vernünftiger Argumente, sondern ebenso aufgrund des professionellen Auftretens. Das Erscheinungsbild eines Unternehmens ist also nicht von seinem Image zu trennen.

Ein sehr anschauliches Beispiel für eine gut aufgebaute Marke und ein gelungenes, funktionierendes Corporate Design ist im CD-Manual der „Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH" zu finden: „Woran denken Sie, wenn Sie ein goldgelbes, rundes M auf rotem Grund sehen? Vielleicht läuft Ihnen das Wasser im Mund zusammen, vielleicht verziehen Sie angeekelt das Gesicht. Wie immer Ihre Reaktion ausfallen mag – nachdenken, was die beiden 'golden arches' bedeuten, müssen Sie sicher nicht." Und Mc Donald's liegt im Ranking der wertvollsten Marken seit Jahren unter den Top-10-Marken. (Quelle: Marktforschungsinstitute Interbrand und Kantar Millward Brown) „Und jetzt stellen Sie sich vor, das M wäre mal schlank und rosa, mal käme es auf blauen Tüten daher und manchmal lägen die Pommes Frites auch in einer handelsüblichen Papiertüte mit handgeschriebenem M drauf. Würden Sie dieses Unternehmen überall leicht wiedererkennen? Hielten Sie es für kompetent? Machte so ein Kraut-und-Rüben-Design einen professionellen Eindruck?"

Abschnitt 1

Das Erscheinungsbild allgemein

(Logo, Farben, Typografie, Anwendungsbeispiele, u.v.m.)

Entwicklung seit den Anfängen

Die ASKÖ wurde 1892 gegründet und ist der größte der drei Dachverbände Österreichs. Zur Zeit gibt es ca. 4.200 Mitgliedsvereine mit rund 1,2 Millionen Mitgliedern. Für diese erbringt die ASKÖ eine Reihe ideeller und materieller Dienstleistungen, insbesondere bei der Errichtung, Erhaltung, Verwaltung und beim Betrieb von Sportanlagen, die Betreuung von 94 verschiedenen Sportarten, die Tätigkeit in speziellen Referaten und die Interessensvertretung. Innerhalb der ASKÖ sollen möglichst viele Menschen die unterschiedlichsten Sportarten ausüben können.

Die ASKÖ ist eine nichtstaatliche Non-Profit-Organisation, die nach gemeinnützigen und sozialen Zielsetzungen agiert und demokratische Organisationsstrukturen aufweist. Sie handelt in der Interessensvertretung nach sozialdemokratischen Grundsätzen, ist aber in der täglichen Arbeit unpolitisch. Die ASKÖ als Dachorganisation und Dienstleistungsbetrieb vertritt flächendeckend ihre Mitgliedsvereine und ist damit eine wichtige Basis des österreichischen Sports.

Das ASKÖ-Logo hat sich im Laufe der Zeit stark gewandelt. Die letzte Überarbeitung des ASKÖ-Corporate Designs im Jahr 1992 wurde von den Grafikdesignern Blazejovsky/Maireder durchgeführt. Die tagtäglichen Erfahrungen mit dem Logo haben immer wieder Anregungen zur Verbesserung seiner praktischen Anwendbarkeit gegeben. Diese Anregungen hat die ASKÖ (Arbeitsgemeinschaft für Sport und Körperkultur in Österreich) jetzt aufgenommen und die Werbeagentur „Stephan Hiegetsberger Werbegrafik-Design GmbH" zur Überarbeitung des Logos unter Berücksichtigung folgender Voraussetzungen geladen:

- Beibehaltung der ASKÖ-Bildmarke (Welle)
- österreichweites, einheitliches Design (keine länderspezifischen Zusätze)
- wahrnehmungspsychologische Anforderungen
  - einfach und wiedererkennbar
  - modern und dynamisch (jedoch nicht modisch, denn es soll lange gültig bleiben)
- technische Anforderungen:
  - muss in allen Anwendungsbereichen einsetzbar sein
    (Drucksorten, Internet, Zeitschrift, Merchandisingartikel, Anlagenbeschilderung, etc.)
  - auch bei starker Verkleinerung gut erkennbar (z.B. in Logoleisten)
  - ohne Mutation auch schwarz-weiß/vollflächig darstellbar (wichtig bei Textildruck/-stick)

Logo | Grundgedanken

An erster Stelle des Corporate Designs steht das Logo. Es vereint ein Symbol (Bildmarke „Welle“) mit einem Text (Schriftzug „ASKÖ“). Durch die langgestreckte Form mit der abgerundeten Ecke rechts unten, den schräggestellten Schriftzug und nicht zuletzt durch die „Bewegung“ der Welle entsteht Dynamik. Das Logo steht in der Regel rot auf weißem Hintergrund. Sprechen gestalterische oder technische Gründe für eine abweichende Anwendung, so darf das Logo ausschließlich in den folgend dargestellten Varianten eingesetzt werden.



Die Farbgebung rot - weiß ist die konsequente Fortführung der Farbgebung des bisher gültigen Logos. Außerdem sind es auch die Farben der österreichischen Nationalfahne.

Die Wort-Bildmarke wurde speziell definiert und ist nur als fertiger Datensatz zu verwenden. Sie darf nicht nachgesetzt oder verändert werden.

Hinweis: Grundsätzlich muss darauf hingewiesen werden, dass eine Farbe, trotz exakter Verwendung nach dem CD-Manual, auf unterschiedlichen Papieren unterschiedlich aussehen kann. So ergeben sich Farbabweichungen nicht nur bei der Verwendung von (gestrichenen) Kunstdruckpapieren und (ungestrichenen) Naturpapieren, es kommt auch auf gleichem Papier immer wieder – sogar bei Nachdrucken in derselben Druckerei – zu leichten Abweichungen. Daher sollte beim Druck händisch nachkorrigiert werden, um ein möglichst homogenes Druckbild zu erzeugen.

Logo | Farben | Standard-Version Farbe

Wenn möglich, sollte das ASKÖ-Logo immer färbig auf weißem bzw. neutralem Hintergrund eingesetzt werden. Um die Durchgängigkeit zu gewährleisten, sollte das Logo immer als Schmuckfarbe gedruckt werden. Wenn das nicht möglich ist, kann auch die 4c-Version verwendet werden.

Einsatzbeispiele: Drucksorten, Web



ROT

- Pantone: 485 C
- Vierfarbdruck: 100M/100Y
- RAL 3020 Verkehrsrot
- Bildschirm: R255 G0 B0
- Web: FF0000

WEISS

- RAL 9016 Verkehrsweiß
- Bildschirm: R255 G255 B255
- Web: FFFFFF

Logo | Farben | SW-Version Vollton positiv

Ist eine Umsetzung in Farbe nicht möglich, soll das Logo in Vollton umgesetzt werden. Eine Version in Halbton (Graustufen) ist nicht zulässig.

Einsatzbeispiel: Stempel, Fax



SCHWARZ

- Pantone: Process Black C
- Druck: 100K
- RAL 9017 Verkehrsschwarz
- Bildschirm: R0 G0 B0
- Web: 000000

Logo | Farben | Negativ-Version

Ist sowohl eine Umsetzung in Farbe als auch als positive Vollton-Version nicht möglich, soll das Logo in Vollton negativ umgesetzt werden. Diese Variante darf jedoch nur auf neutralem schwarzen oder 0C/100M/100Y/0K-roten Hintergrund verwendet werden.

Einsatzbeispiele: Merchandisingartikel, Textildruck



WEISS

- RAL 9016 Verkehrsweiß
- Bildschirm: R255 G255 B255
- Web: FFFFFF

Logo | Farben | Spezialfall Negativ-Version Gold

Auf dunklem Hintergrund ist außerdem als Spezialfall auch ein Druck oder Stick in gold zulässig.

Einsatzbeispiel: Laptoptasche, Reisetasche



GOLD

- Pantone: 873 C
- Druck: 41C/49M/74Y/18K
- RAL 1036 Perlgold
- Bildschirm: R138 G112 B76
- Web: 996633

Logo | Größe

Prinzipiell kann das Logo beliebig skaliert werden. Die Mindestabbildungsgröße des Logos beträgt 5,75 Millimeter in der Höhe (entspricht 20 mm in der Breite). Die Breite passt sich proportional an.

Für Standard-Drucksorten, wie z.B. Briefpapier, existieren feste Logogrößen, die in der unten stehenden Übersicht nachzulesen sind. Sie werden als Richtlinie bei der Gestaltung anderer Produkte herangezogen:

Format	Logohöhe
Visitenkarte	7,5 mm
DIN A4 Briefpapier, Fax	12,5 mm
Empfehlungskarte	12,5 mm

Logo | Position

Das Logo steht immer linksbündig! Dabei ist stets auf die vollständige Sichtbarkeit des Logos bei einer geplanten Weiterverarbeitung (wie z.B. Selbstausdruck, Spiralisierung, ...) zu achten. Damit der Greifrand des Druckers, die Spiralen einer Spiralisierung, ... das Logo nicht verdeckt, wird das Logo soweit nach rechts gerückt, sodass es nach der Endverarbeitung optisch korrekt linksbündig steht. Ferner muss dazu der Zwischenraum zwischen Seitenrand und dem nach rechts gerückten Logo aufgefüllt werden, indem der rote Hintergrund des Logos bis zum linken Seitenrand verlängert wird (siehe Beispiele Briefpapier, Bannerfahne).
Hinweis: Nach Absprache mit der zuständigen CI-Verantwortliche/dem zuständigen CI-Verantwortlichen kann das Logo in Ausnahmefällen (z.B. in Zusammenhang mit Kooperationspartnern) auch mittig oder rechts stehen.

Um das Logo wurde ein Umraum festgelegt, in dem keine anderen Gestaltungselemente, außer der Internet-Adresse, angeordnet werden dürfen. Der Umraum leitet sich aus der Höhe des Logos ab und vergrößert/verkleinert sich bei Skalierung des Logos. – Der Mindestabstand des Umraums beträgt mindestens ½ Logohöhe; im Normalfall kommt jedoch ein Abstand von einer Logohöhe bzw. mehr zum Einsatz.



In diesem Bereich darf sich kein anderes Element – wie z.B. Text, Logo, Bild – befinden (Ausnahme: Internet-Adresse). D.h. dieser Bereich ist je nach verwendetem Logo weiß, schwarz oder rot.

Logo | Anwendungsverbote



Nicht zulässig: Die Bildmarke darf auf keinen Fall verändert werden.



Nicht zulässig: Die Typografie darf auf keinen Fall verändert werden.



Nicht zulässig: Die Typografie darf auf keinen Fall mit einem Zusatztext ergänzt werden.



Nicht zulässig: Die Anordnung des Logos darf nicht angetastet werden.



Nicht zulässig: Die definierten Farben des Logos dürfen auf keinen Fall verändert werden.



Nicht zulässig: Das Logo darf nicht transparent verwendet werden (Ausnahme: Textildruck).



Nicht zulässig: Die Logoproportionen müssen unbedingt beibehalten werden.



Nicht zulässig: Das Logo darf nicht mit einer Outline versehen werden.



Nicht zulässig: Es dürfen keine Elemente des Logos weggelassen werden.



Nicht zulässig: Das Logo darf nie auf unruhigen Untergründen stehen (farbig oder schwarzweiß). – Auf einem Foto/ einer Illustration muss das Logo in einem weißen Rechteck platziert werden.
Ausnahmen nur nach Absprache den CI-Beauftragten (LV mit BO) möglich!

Farben | Definition



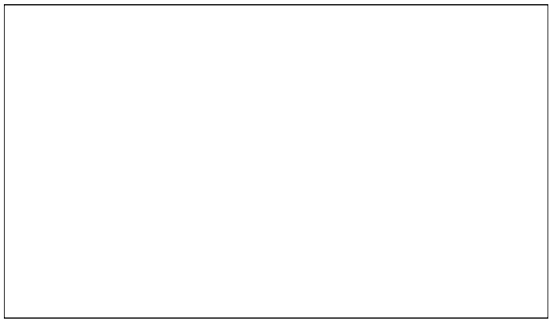
ROT

- Pantone: 485 C
- Vierfarbdruck: 100M/100Y
- RAL 3020 Verkehrsrot
- Bildschirm: R255 G0 B0
- Web: FF0000



SCHWARZ

- Pantone: Process Black C
- Druck: 100K
- RAL 9017 Verkehrsschwarz
- Bildschirm: R0 G0 B0
- Web: 000000



WEISS

- RAL 9016 Verkehrsweiß
- Bildschirm: R255 G255 B255
- Web: FFFFFF

Formen | Gestaltungselement „Welle“

Das Logo vereint, wie auf Seite 5 „Logo | Grundgedanken“ beschrieben, die Schriftmarke „ASKÖ“ und die Bildmarke „Welle“.

Die Bildmarke „Welle“ darf auch eigenständig als Gestaltungselement verwendet werden. Mögliche Einsatzbereiche sind z.B. auf Textilien, als Sichtschutz auf Glastüren und -wänden, als graphisches Element in Publikationen, etc..

Die „Welle“ darf nur vollflächig rot, schwarz oder weiß verwendet werden (Ausnahme: opake Folie auf Glastüren und -wänden).

Die Höhe der „Welle“ kann je Einsatz variieren.



Formen | Gestaltungselement „Bogen"

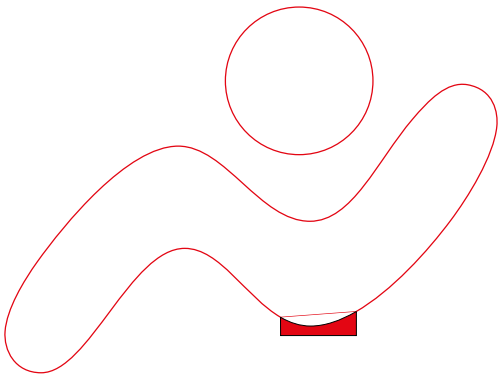
Neben dem Logo gibt es ein weiteres, aus dem Logo entwickeltes Gestaltungselement, den „Bogen". Er ist als zusätzliches Gestaltungselement zu verstehen und darf nur abfallend an der Unterkante des zu gestaltenden Produktes verwendet werden (Ausnahme: Bei Selbstausdrucken ist der Greifrand des Druckers zu berücksichtigen).

Der „Bogen" darf nur vollflächig rot oder schwarz bzw. als Bilder-„Bogen" verwendet werden. Er schließt an der Oberkante mit einer weißen bzw. roten Kontur ab.

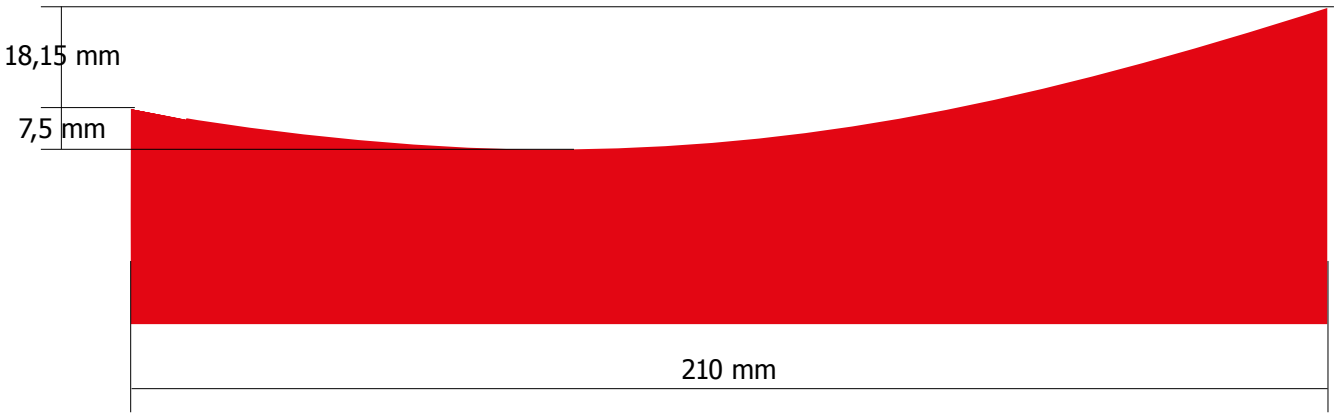
Die Höhe des „Bogens" kann variieren.

HINWEIS 1: Der „Bogen" darf nicht gespiegelt werden! (Einzige Ausnahme: Falls der „Bogen" durchgehend über zwei Seiten – wie z.B. bei einem Buchrücken – verwendet wird.)

HINWEIS 2: Der „Bogen" ist nicht nur Gestaltungselement, die Fläche kann auch genutzt werden, um Sponsorenlogos, URls, oder ähnliches darauf zu platzieren.



Definition des „Bogens"



Typografie | Schriften

Die neue Hausschrift der ASKÖ ist die Tahoma, in den Schriftschnitten Normal (Regular) und Bold. – Die Tahoma zeichnet sich durch ihre Klarheit und Modernität aus und hat den Vorteil der breiten Verfügbarkeit auf PC und Mac. Sie ist im Schriftschnitt Normal zu verwenden. Bei der Verwendung im Logo bzw. bei Slogans (wie z.B. FAIR PLAY, FIT - KOMM MIT, ...) ist die Schrift um 8° nach rechts geneigt.

Bei Drucksorten, die für den Schulgebrauch bestimmt sind (z.B. Arbeitsblätter für den Unterricht, Vorleseheftchen,...), ist überdies auch die amtliche Schulschrift zulässig.

Weiters darf/soll bei den Headlines in den Verbandszeitschriften mit verschiedenen Schriften „gespielt" werden - als Fließtextschrift ist jedoch unbedingt die Tahoma zu verwenden.

Tahoma Normal (Regular)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 (.,:;!?"„&ß)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Lor am zzril ex el eu feu feuisl elit la conullutpat lam ipit, quis nulputpat.
Dui blandit iniat utpat. Duipsum vulputpatum atem illutate tionumm dolorem iusciliquis nullaore core min henisit et, ver adiamcor sim vero core dolestinis ad tem ent alit duipsum quam et acidunt dolestrud dolortisis doloreet vel ut esequat.
Lore tisim del do doloborem dolore te conse magnis ex ea adigniatem velit, commy num dit alit illutpat nonsenim doloreet alit, sit aut ulluptat. Duismod dolesequat. Ut wismodio commy nummolor iure mod miniamc mmolent.

Tahoma Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 (.,:;!?"„&ß)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

**Lor am zzril ex el eu feu feuisl elit la conullutpat lam ipit, quis nulputpat.
Dui blandit iniat utpat. Duipsum vulputpatum atem illutate tionumm dolorem iusciliquis nullaore core min henisit et, ver adiamcor sim vero core dolestinis ad tem ent alit duipsum quam et acidunt dolestrud dolortisis doloreet vel ut esequat.
Lore tisim del do doloborem dolore te conse magnis ex ea adigniatem velit, commy num dit alit illutpat nonsenim doloreet alit, sit aut ulluptat. Duismod dolesequat. Ut wismodio commy nummolor iure mod miniamc mmolent.**

ASKÖ

Typografie | Schriftenhierarchie bei Standard-Drucksorten

Hauptüberschrift:

Schrift: Tahoma Normal, Größe: 14 Punkt, Zeilenabstand: 18 Punkt

Normale Überschrift:

Schrift: Tahoma Normal (Regular), Größe: 14 Punkt, Zeilenabstand: 18 Punkt

Unterüberschrift:

Schrift: Tahoma Bold, Größe: 10 Punkt, Zeilenabstand: 13,5 Punkt

Fließtext:

Schrift: Tahoma Normal (Regular), Größe: 10 Punkt, Zeilenabstand: 13,5 Punkt

Hervorhebung

Schrift: Tahoma Bold, Größe: 10 Punkt, Zeilenabstand: 13,5 Punkt

Typografie | Schriftenhierarchie Anwendung

Lortionse mincil er aliquat.
Ut aliquis aliquat estrud

Minci tet, quisl ulput wis nonsenisit nit lam vulpute faccum nosto

Od minit venim velese eros nostrud tat esto consecte faciduipis adignis autpat lor sequamc nulput wissequat. Ut pratisl incil inciduipit il ullan veraessi.

Lorem dolobor etummy nonse facing euismod lutat praesed tatisi.

Lor alit wis ent vel dolutpate delit iriure dipismod te dolore velis dipit lut praessectem velendit luptatuero et ulputpa ionulla conse dolor sequam do dolorti nullandip ercin eros et alis nos delis nibh estissi tem vel ullam, sustrud elenibh esto odolore facipit aliquam ipis am, velenit prat, sim deliqui molum vulla feugait nummodit ing euisim zzriusci blan er in verit ver in hendreet in.

Tie min ero do dolorper ipit nonulpute te dolum

Dolobore commod eu faccum esequam onsequat. Ut lum duis nibh et, sent augait aliquis nibh exero commodolorer sed dolorperat la aliscip er si.

Dui tem adipit ver sequism doloreet prat nos nonulla **consequipit**, consecte dolor sim do odio conullaoreet prat elessequis nim quat, suscilit **luptat doluptatie** dolorero er si.

Volore consectet wissequat incilisl diamcon llamet landrer iriusto core vendit ipit, velit velessenis ad magna feugue consequ mconsectet autatumsan ut prat, vel ercin enim eugue et wis endre er summolorper sectem dolore minim inim quipit aut iriliqu psusci. Lor alit wis ent vel dolutpate delit iriure dipismod te dolore velis dipit lut praessectem velendit luptatuero.

Typografie | Schriftenhierarchie Beispiel Briefpapier

Arbeitsgemeinschaft für Sport
und Körperkultur in Österreich

Bundesgeschäftsstelle

ASKÖ

www.askoe.at

Herrn
Mag. Max Mustermann
Mustermannstraße 12
9999 Musterstadt

30. 10. 2006

Minci tet, quisl ulput wis nonsenisit nit lam vulpute faccum nosto

Od minit venim velese eros nostrud tat esto consecte faciduipis adignis autpat lor sequamc nulput wissequat. Ut pratisl incil inciduipit il ullan veraessi.

Lorem dolobor etummy nonse facing euismod lutat praesed tatisi.

Lor alit wis ent vel dolutpate delit iriure dipismod te dolore velis dipit lut praessectem velendit luptatuero et ulputpa ionulla conse dolor sequam do dolorti nullandip ercin eros et alis nos delis nibh estissi tem vel ullam, sustrud elenibh esto odolore facipit aliquam ipis am, velenit prat, sim deliqui molum vulla feugait nummodit ing euisim zzriusci blan er in verit ver in hendreet in.

Tie min ero do dolorper ipit nonulpute te dolum

Dolobore commod eu faccum esequam onsequat. Ut lum duis nibh et, sent augait aliquis nibh exero commodolorer sed dolorperat la aliscip er si.

Dui tem adipit ver sequism doloreet prat nos nonulla **consequipit**, consecte dolor sim do odio conullaoreet prat elessequis nim quat, suscilit **luptat doluptatie** dolorero er si.

Volore consectet wissequat incilisl diamcon llamet landrer iriusto core vendit ipit, velit velessenis ad magna feugue consequ mconsectet autatumsan ut prat, vel ercin enim eugue et wis endre er summolorper sectem dolore minim inim quipit aut iriliqu psusci. Lor alit wis ent vel dolutpate delit iriure dipismod te dolore velis dipit lut praessectem velendit luptatuero.

Bank Austria UniCredit Group
IBAN AT85 1200 0006 7507 8000
BIC BKAUATWW
ZVR-953285696

FAIR PLAY

1030 Wien, Maria-Jacobi-Gasse 1
Media Quarter Marx 3.2.
Tel. +43/1/869 32 45-0 | Fax DW 28
e-mail: askoe@askoe.at

Bildsprache | Richtlinien zu richtigen Bildauswahl

Bei den Fotos der Anwendungsbeispiele auf den folgenden Seiten handelt es sich um Beispiel aus der Praxis, alle aufgelisteten Beispiele wurde in den vergangenen Jahren so produziert.

Das bedeutet jedoch nicht, dass an diesen Bildern fest zu halten ist. Ganz im Gegenteil, in kaum einem anderen Bereiche ist das Alter eines Fotos an Hand von Kleidung / Trikot, Ausrüstung, etc. so leicht zu erkennen wie im Sport.

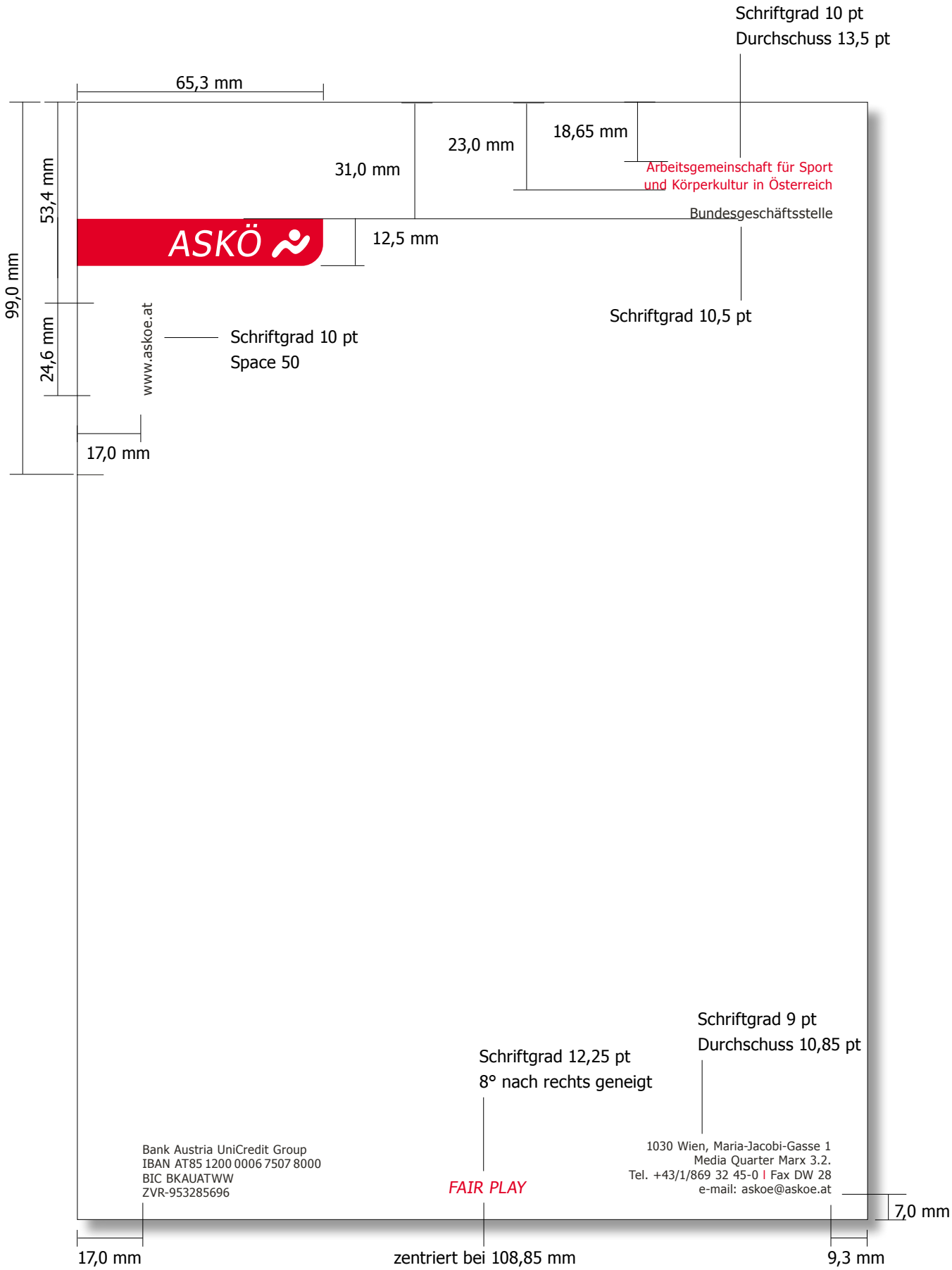
Aktuelles, modernes Bildmaterial ist daher nicht nur zulässig, sondern ausdrücklich erwünscht.

Fotos sollen Emotionen wecken
Die Bilder sollen sympathisch und natürlich wirken sowie beim Betrachter Emotionen wecken. Der Betrachter soll sich mit dem jubelnden Gewinner freuen; beim Anblick des Sportlers Lust bekommen, selbst wieder Bewegung zu machen; etc.

das bedeutet in der Praxis ...
- Oberste Voraussetzung ist, dass alle Fotos (egal woher sie sind , Bilder von Berufsfotografen, Bilderagenturen oder selbst gemachte Aufnahmen) qualitativ hochwertig sind.
- Bei Verwendung von Bildern aus unterschiedlichen Quellen müssen die Bilder harmonieren und ein einheitliches Gesamtbild ergeben.
- Natürliche Lichtstimmungen mit angenehmen Licht und spannende Perspektiven / Bildausschnitte sind zu bevorzugen. Aufnahmen mit unnatürlichen Farben, Filtereffekten oder Verfremdungen sollten ebenso vermieden werden wie gekünstelte, gestellte Szenen.

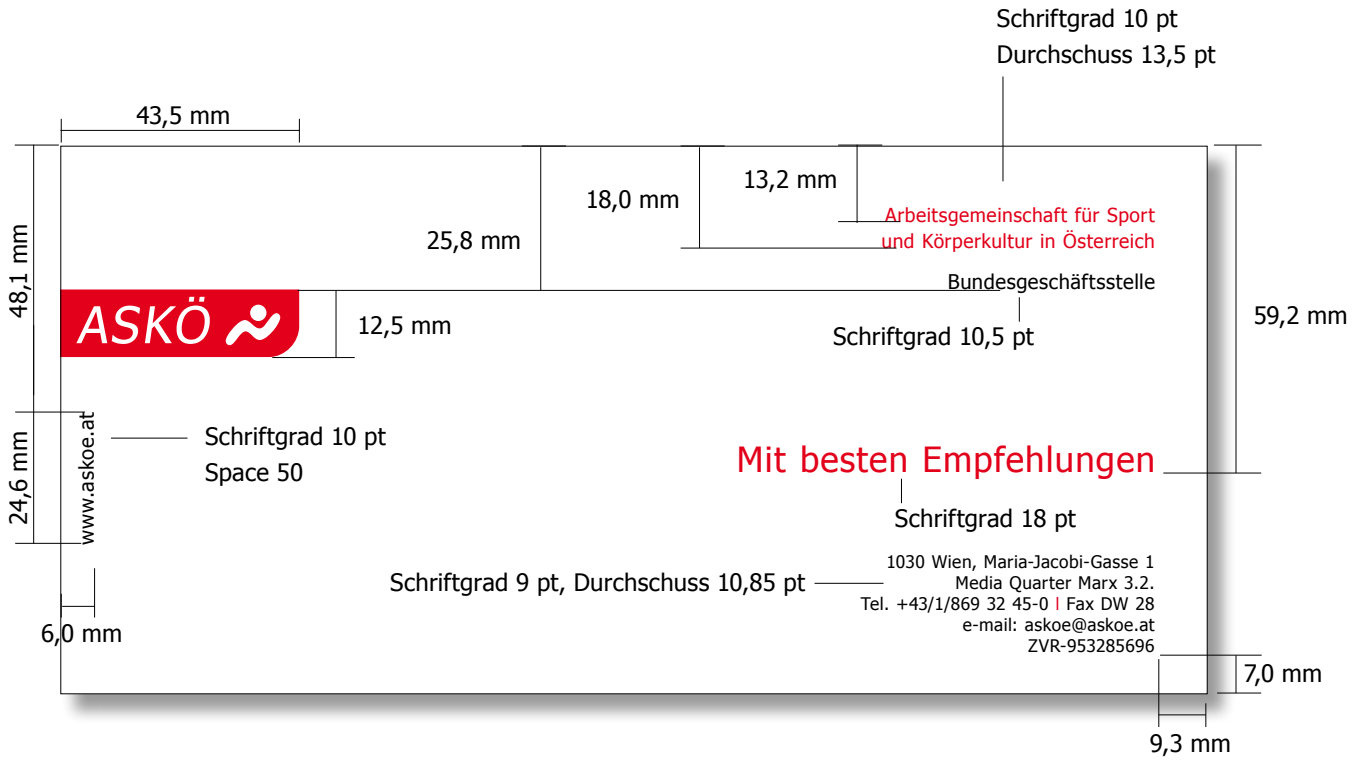
Anwendungen | Briefpapier blanko | DIN A4




Schriftgrad 10 pt
Durchschuss 13,5 pt
65,3 mm
99,0 mm
53,4 mm
24,6 mm
31,0 mm
23,0 mm
18,65 mm
Arbeitsgemeinschaft für Sport
und Körperkultur in Österreich
Bundesgeschäftsstelle
12,5 mm
Schriftgrad 10,5 pt
www.askoe.at
Schriftgrad 10 pt
Space 50
17,0 mm
Schriftgrad 9 pt
Durchschuss 10,85 pt
Schriftgrad 12,25 pt
8° nach rechts geneigt
Bank Austria UniCredit Group
IBAN AT85 1200 0006 7507 8000
BIC BKAUATWW
ZVR-953285696
FAIR PLAY
1030 Wien, Maria-Jacobi-Gasse 1
Media Quarter Marx 3.2.
Tel. +43/1/869 32 45-0 I Fax DW 28
e-mail: askoe@askoe.at
7,0 mm
17,0 mm
zentriert bei 108,85 mm
9,3 mm

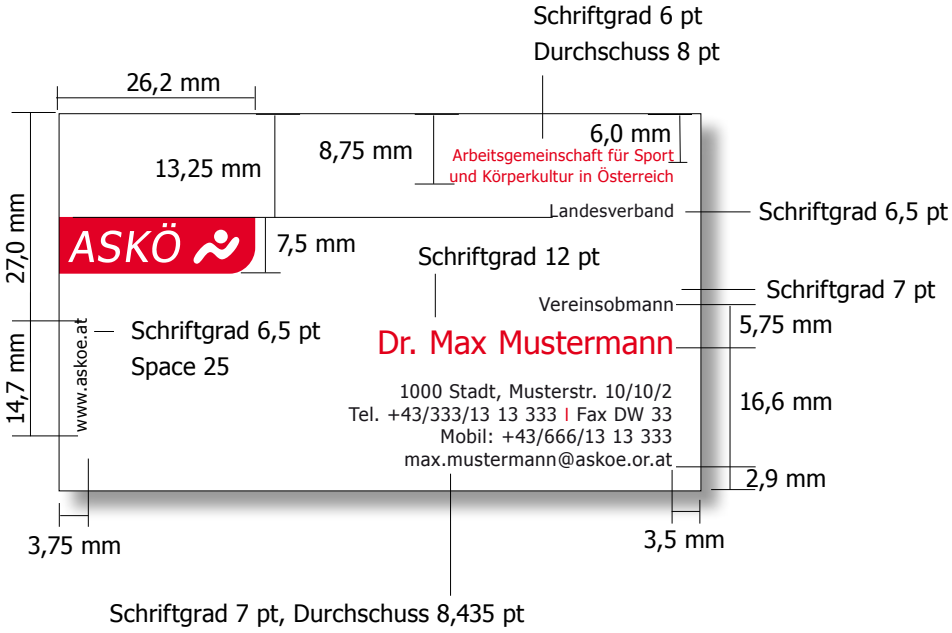
Anwendungen | Empfehlungskarte | 99 x 210 mm





Anwendungen | Visitenkarte | 50 x 85 mm





Anwendungsbeispiel | Stempel



ASKÖ

Anwendungsbeispiel | Inserat



Bilder können nach Bedarf ausgetauscht werden

Anwendungsbeispiel | Folder



Folder „Vereinswettbewerb“ im Format DIN A5



Vorleseheftchen für Kindergarten- und Volksschulkinder im Format DIN A6

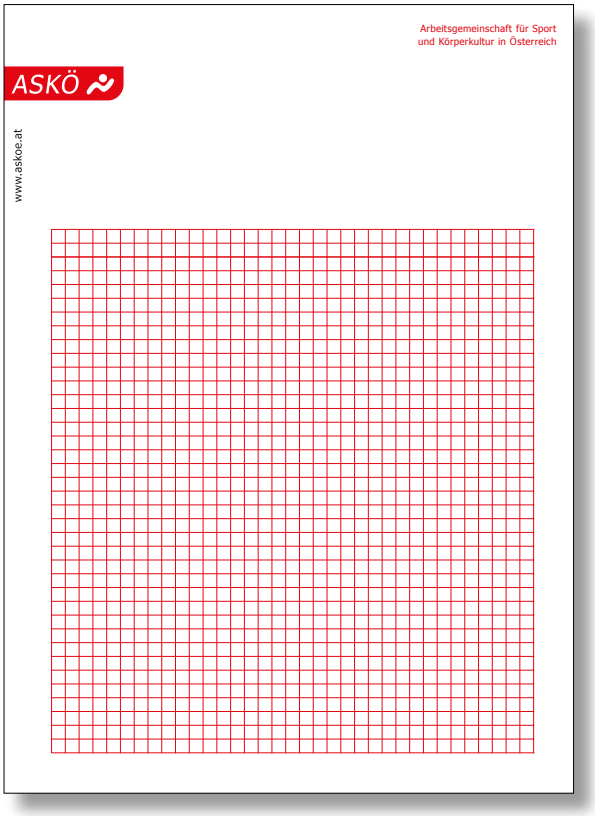




Weihnachtsbilletts

Anwendungsbeispiel | Konferenzmappe & Schreibblock





Anwendungsbeispiel | Flugblatt



ASKÖ

www.askoe.at

Lor in henit el lorperiuscip ex nisi

Lore diam zzriustrud tio core molor sim zzrilla diam, conse feu feugait ullut laore facilit am delit loborem el eugait dunt ad magnit, ver in eril eliquis nit num vel elit inim velit wisit nisit, voloreet laortio dolobor senim quis eu facilla dipis ad ex ea consed tatum zzrit adigna feu feuisim venim dolor sustrud magnisl dolobor alissi. Duisl iliquatet alisim veliquis eugiat inci essequat, senim quipit la.

Lortie do odolorem dolobortis nonsequip estissequat, susto commy nostrud minisit, sequis nulput ut ulput eugue mincili modigna augiamcon henit erat utpat la amconsequam, vero dignit.

Lorer sim esequatet lute verciduis nis acidunt exeriurem nisi. Lore duismodit praesto eum nonulla commod et verit aut et iustrud tat verosto conulputat, conulla feu facidunt ad te dolortie faccum do diamcommy nummy nullam zzril utatio essed tat auguerc liquam qui blamcon voloreet prat, suscilit lum alit utate veros aut eriustis alisit am, veliqui tat atue tin vullum eugait num irit luptat, consecte tin ulla am quisi.

Duisi blaor ad molortionsed dit loreet adio dolum nim zzrit lorer se velis ex et autpat. Duipsuscilit nosto dio del iustincip elisim alit prat, quisi essit iusci tatem nullutp tumsan ut lortie con ero od ea aliquatin henim vel ipit augiat. Ut utat. Ut num velit illa amcor sequat nim quipsustrud tem elisi. Conse feu feugait ullut laore facilit am delit loborem el eugait dunt ad magnit, ver in eril eliquis nit num vel elit inim velit wisit nisit, voloreet laortio dolobor senim quis eu facilla dipis ad ex ea consed tatum zzrit adigna feu.

Herausgeber: ASKÖ – Referat für Fitness & Gesundheitsförderung, 1230 Wien, Steinergasse 12
Tel: +43/(0)69 32 45-30, Fax: +43/(0)69 32 45-30 / Für den Inhalt verantwortlich: Mag. Günter Schagerl

✂ Kupon faxen an 01/869 32 45-30 oder an ASKÖ - Referat für Fitness & Gesundheitsförderung, 1230 Wien, Steinergasse 12 senden

Ja, bitte informieren Sie mich unverbindlich über

- ☐ das Projekt „Duis amcore sim esequatet lute verciduis nis acidunt" für Kinder
- ☐ das Projekt „Lore diam verciduis nis acidunt con henit augiat henim vel" für Erwachsene

Name .....

Adresse .....

PLZ ..... Ort .....

Tel. ..... Geburtsdatum .....

E-Mail ..... Verein .....

Die Daten werden EDV-mäßig verarbeitet.

Anwendungsbeispiel | T-Shirt



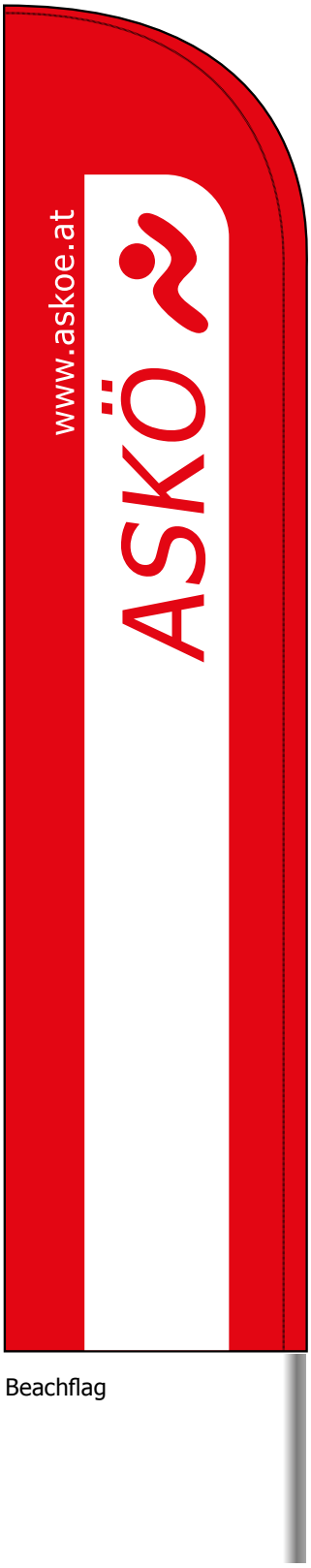
Anwendungsbeispiel | Polo-Shirt



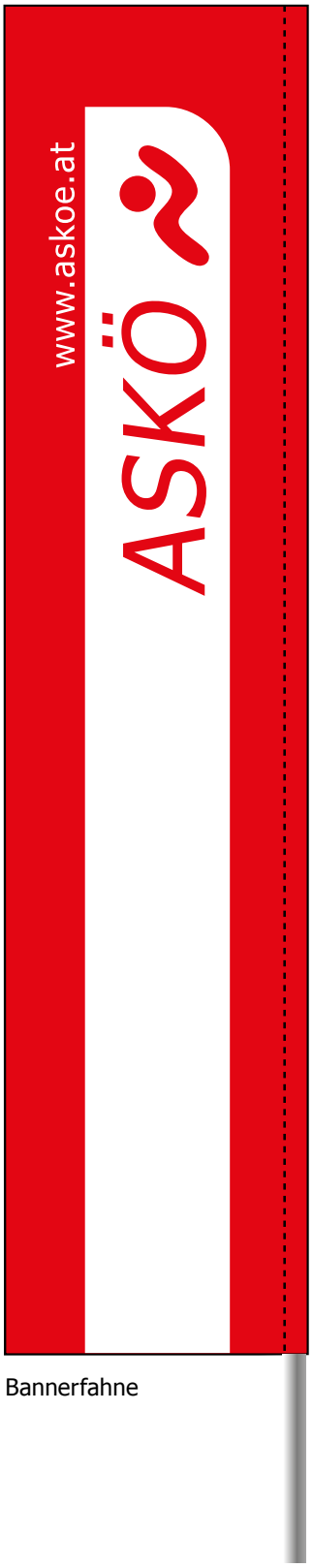
Anwendungsbeispiel | Tasche & Merchandisingartikel



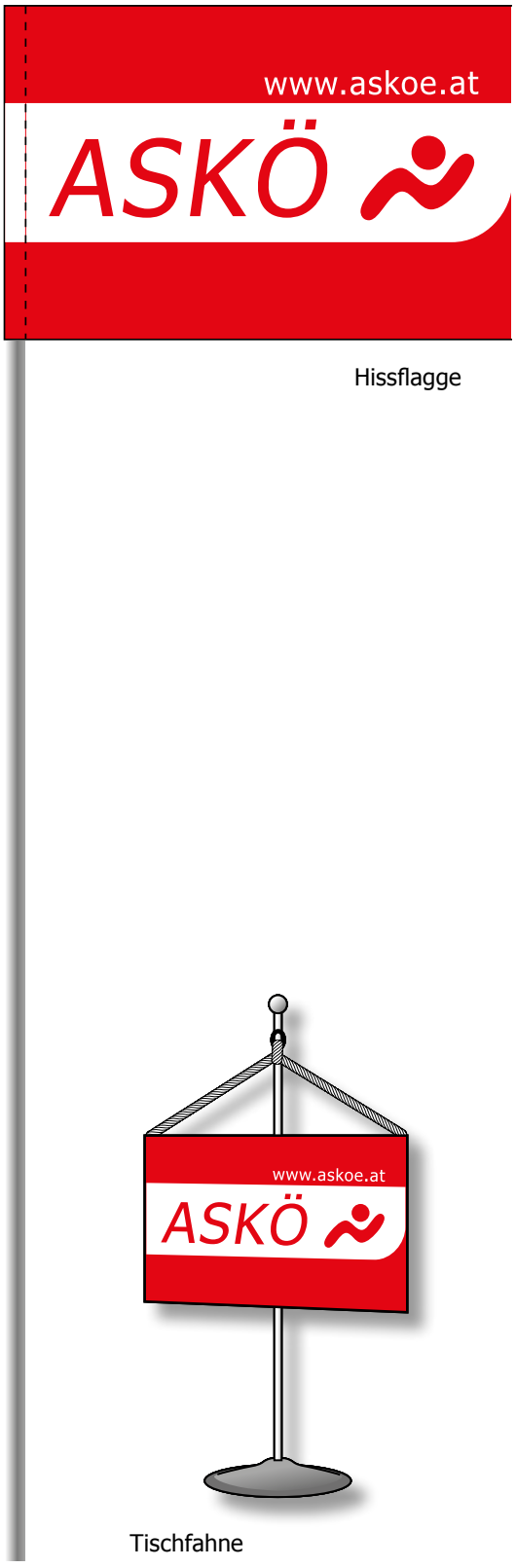
Anwendungsbeispiel | Außenwerbung | Fahne, Flagge



Beachflag



Bannerfahne



Hissflagge

Tischfahne

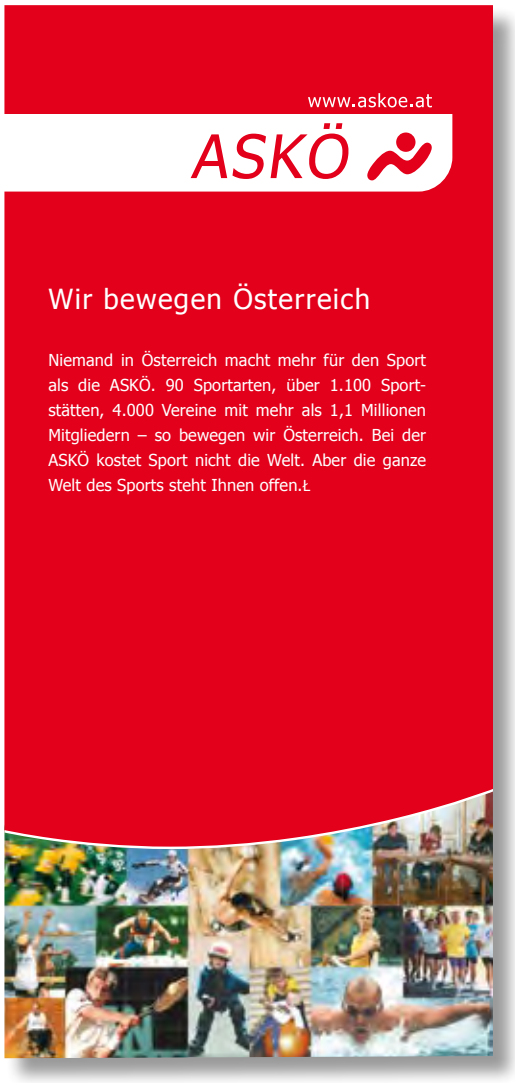
Anwendungsbeispiel | Außenwerbung | Transparent, Roll Up

Endlos-Spannband





kurzes Transparent

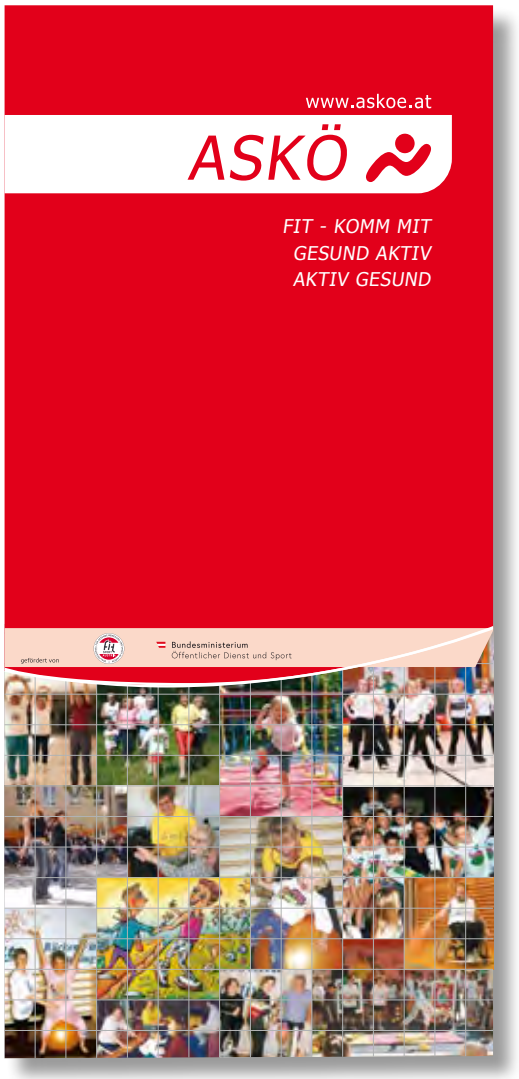


Roll Up

Anwendungsbeispiel | Außenwerbung | Sonderform Projekteinreichung
Beachflag, Roll Up

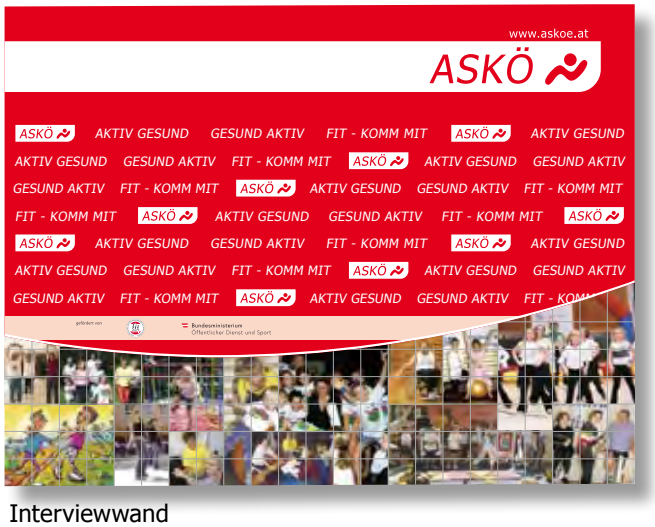


Beachflag



Roll Up

Anwendungsbeispiel | Außenwerbung | Sonderform Projekteinreichung
Zielbogen, Interviewwand, ...



Interviewwand



aufblasbarer Zielbogen

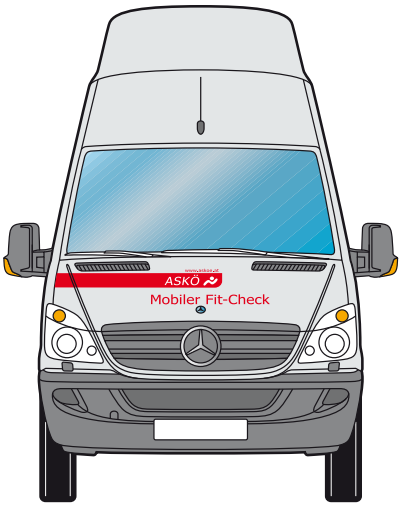


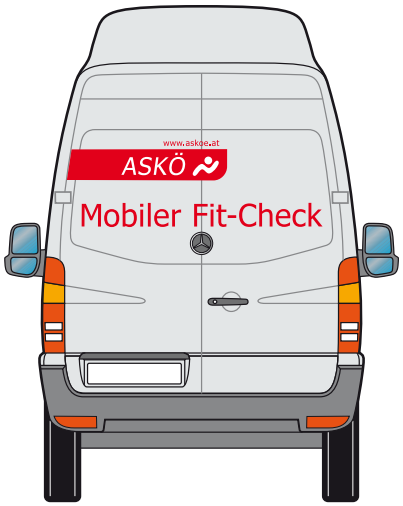
Faltpavillon



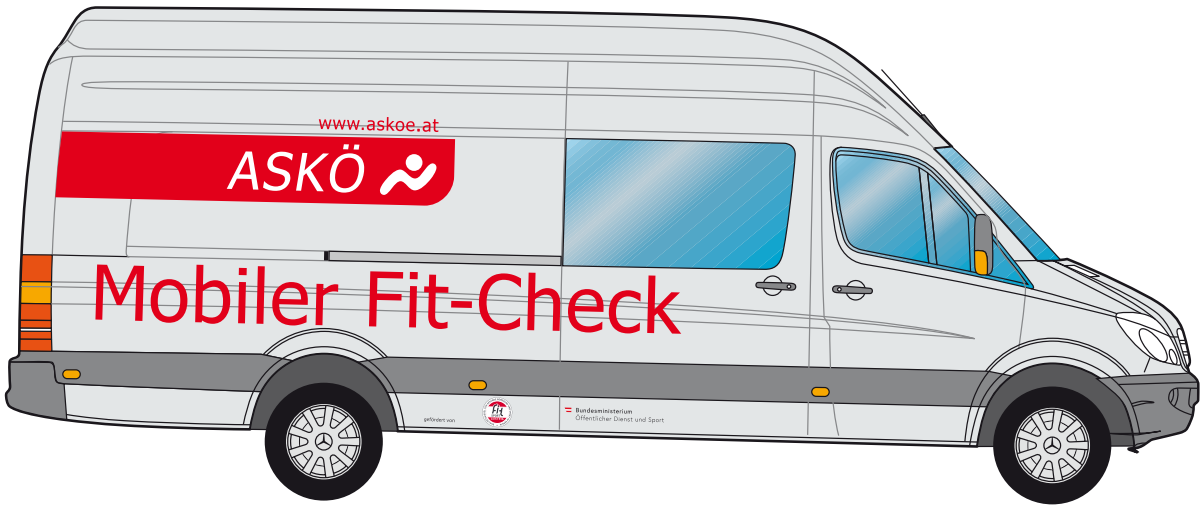
aufblasbarer „Jack in the Box" / „Airbag"

Anwendungsbeispiel | Außenwerbung | Sonderform Projekteinreichung
Autobeschriftung









FAQs

1. **Wie ist es bei der Verwendung des Logos in Kombination mit einem Slogan?**
   Da es sich bei Kombinationen von ASKÖ Logo und Slogans um nicht definierte Sonderformen handelt, müssen diese vor der Verwendung durch die ASKÖ Bundesgeschäftsstelle freigegeben werden. In solchen Situationen bitten wir Sie, Ihren Layoutvorschlag an die ASKÖ Bundesorganisation, Abteilung Marketing & Jugend, zu Handen Frau Mag.ª Andrea Gruber, MSc (1030 Wien, Maria-Jacobi-Gasse 1, Media Quarter Marx 3.2, Tel. +43 664 882 515 04, andrea.gruber@askoe.at) zu senden, um dort die Freigabe einzuholen.

2. **Sie haben ein Layout erstellt, z.B. eine Weihnachtskarte, bei dem sich ein Konflikt mit den Richtlinien des vorliegenden CD-Manuals ergibt?**
   Erforderliche Abweichungen von den zulässigen CD-Richtlinien sowie alle nicht definierten Sonderformen müssen vor der Verwendung durch die ASKÖ Bundesgeschäftsstelle freigegeben werden. In solchen Situationen bitten wir Sie, Ihren Layoutvorschlag an die ASKÖ Bundesorganisation, Abteilung Marketing & Jugend, zu Handen Frau Mag.ª Andrea Gruber, MSc (1030 Wien, Maria-Jacobi-Gasse 1, Media Quarter Marx 3.2, Tel. +43 664 882 515 04, andrea.gruber@askoe.at) zu senden, um dort die Freigabe einzuholen.

Wording

Wie melde ich mich richtig am Telefon?

Alle MitarbeiterInnen der ASKÖ melden sich am Telefon wie folgt:
„ASKÖ Bundesorganisation (bzw. Landesverband W / NÖ / etc.) – Nachname – Vorname – Guten Tag – Was kann ich für Sie tun?".

Grundsätzliches Verhalten am Telefon

- Ich sehe das Telefon nicht als Störung und hebe nach maximal 2- bis 3-mal Läuten ab.
- Ich höre aktiv zu und gebe klare Zuhörsignale.
- Ich danke dem Kunden für seinen Anruf und wünsche einen schönen Tag/Nachmittag.
- Ich warte, bis der Kunde auflegt.

Abschnitt 2

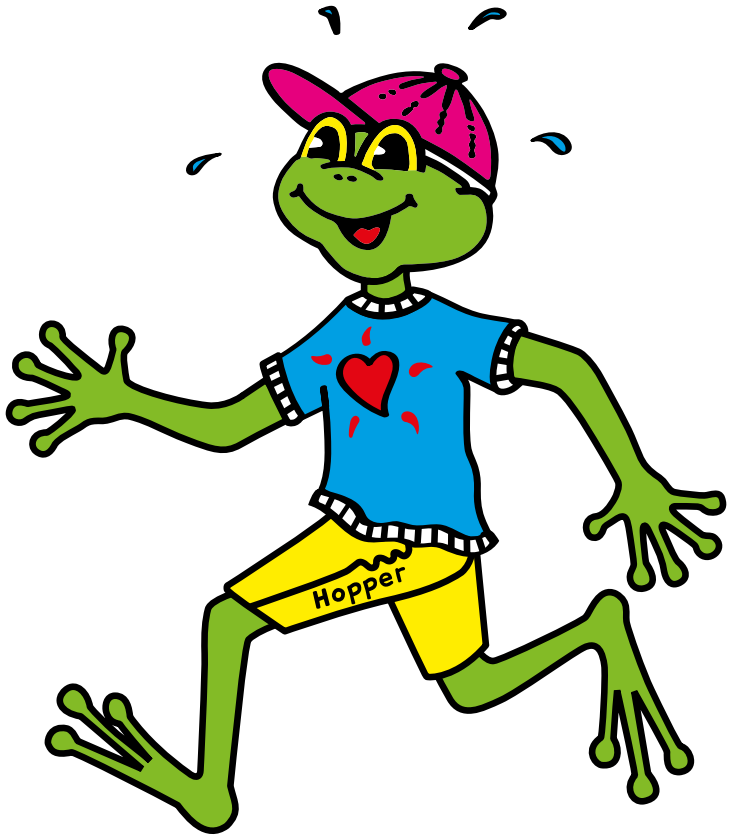
Hopsi Hopper

(Farben, Illustrationen,
Anwendungsbeispiele, u.v.m.)

Hopsi Hopper | Wer ist Hopsi Hopper?

„Gesundheit, Hopsi Hopper spricht, entsteht durch Leben im Gleichgewicht!"

Chronischer Bewegungsmangel schwächt, fördert Übergewicht und macht krank. Gesunde Bewegungsförderung muss daher so früh wie möglich beginnen. Hopsi Hopper begann 1993.



Hopsi Hopper analysiert, diskutiert, lobbyiert, motiviert, organisiert, verbündet sich mit Partnern und lässt nicht locker. Hopsi Hopper zeigt vor und hilft beim Finden gesunder Entscheidungen.

Ziel: Unsere Kinder sollen sich täglich mindestens 90 Minuten bewegen können.
Daher: Fit - Komm mit. Aktiv gesund. Von Kindesbeinen an!

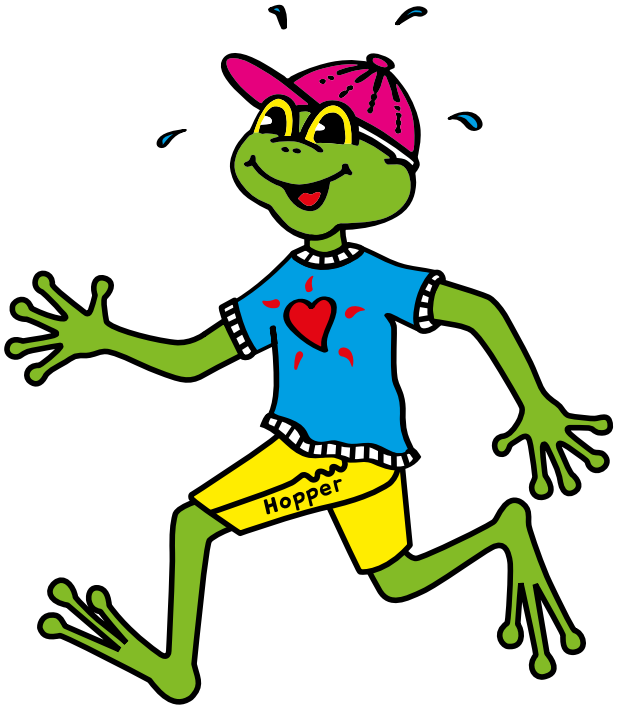
Hopsi Hopper bietet vielfältige spielerische und bewegte Aktivitäten. Er ist AKTIV im Kindergarten, in der Schule, im Sportverein, im Schwimmbad, in der Stadt und Gemeinde, auf Festen und vielem anderen mehr!

Hinweis: Grundsätzlich muss darauf hingewiesen werden, dass eine Farbe, trotz exakter Verwendung nach dem CD-Manual, auf unterschiedlichen Papieren unterschiedlich aussehen kann. So ergeben sich Farbabweichungen nicht nur bei der Verwendung von (gestrichenen) Kunstdruckpapieren und (ungestrichenen) Naturpapieren, es kommt auch auf gleichem Papier immer wieder – sogar bei Nachdrucken in derselben Druckerei – zu leichten Abweichungen. Daher sollte beim Druck händisch nachkorrigiert werden, um ein möglichst homogenes Druckbild zu erzeugen.

Hopsi Hopper | Farben | Standard-Version Farbe

Wenn möglich, sollte Hopsi Hopper immer färbig auf weißem bzw. neutralem Hintergrund eingesetzt werden. Abhängig vom Verwendungszweck werden die Hopsi-Hopper-Illustrationen in oder 4c/Euro-skala (Drucksorten, Give-Aways, etc.) oder Schmuckfarben (Textildruck) gedruckt.

Einsatzbeispiele: Drucksorten (Lesebücher, Lesezeichen, Fitness-Wurfscheiben, Medaille, Pass, Heft-umschlag, T-Shirt, Tattoo, Urkunden, Kleber, Schilder, Ordner, Hopsi Hopper Land uvm..), Web



CYAN

- Pantone Process Cyan C
- CMYK: 100/0/0/0
- Bildschirm: R0 G255 B255
- Web: #00FFFF

MAGENTA / PINK

- Pantone Process Magenta C
- CMYK: 0/100/0/0
- Bildschirm: R255 G0 B255
- Web: #FF00FF

GELB

- Pantone Process Yellow C
- CMYK: 0/0/100/0
- Bildschirm: R255 G255 B0
- Web: #FFFF00

GRÜN

- Pantone 368 C
- CMYK: 56/0/100/0
- Bildschirm: R112 G255 B0
- Web: #70FF00

SCHWARZ

- Pantone Process Black C
- CMYK: 0/0/0/100
- Bildschirm: R0 G0 B0
- Web: #000000

WEISS

- Bildschirm: R255 G255 B255
- Web: #FFFFFF

ROT

- Pantone 485 C
- CMYK: 0/100/100/0
- Bildschirm: R255 G0 B0
- Web: #FF0000

Hopsi Hopper | Farben | SW-Version Vollton positiv

Ist eine Umsetzung in Farbe nicht möglich, sollen die Hopsi-Hopper-Illustrationen in Schwarz-Weiß (Vollton) umgesetzt werden. Eine Version in Halbton (Graustufen) ist nicht zulässig.

Einsatzbeispiel: Stempel, Arbeitsblätter, Malvorlagen, etc.



SCHWARZ

- Pantone Process Black C
- CMYK: 0/0/0/100
- RAL 9017 Verkehrsschwarz
- Bildschirm: R0 G0 B0
- Web: #000000

Hopsi Hopper | Farben | Negativ-Version

Ist sowohl eine Umsetzung in Farbe als auch als positive Vollton-Version nicht möglich, soll Hopsi Hopper in Vollton negativ umgesetzt werden. Diese Variante darf jedoch nur auf neutralem Hintergrund mit ausreichend Kontrast verwendet werden.

Einsatzbeispiele: Luftballons



WEISS

- RAL 9016 Verkehrsweiß
- Bildschirm: R255 G255 B255
- Web: FFFFFF

Hopsi Hopper | Farben | Definition (Übersicht)

CYAN
- Pantone Process Cyan C
- CMYK: 100/0/0/0
- Bildschirm: R0 G255 B255
- Web: #00FFFF

ROT
- Pantone 485 C
- CMYK: 0/100/100/0
- Bildschirm: R255 G0 B0
- Web: #FF0000

MAGENTA / PINK
- Pantone Process Magenta C
- CMYK: 0/100/0/0
- Bildschirm: R255 G0 B255
- Web: #FF00FF

GRÜN
- Pantone 368 C
- CMYK: 56/0/100/0
- Bildschirm: R112 G255 B0
- Web: #70FF00

GELB
- Pantone Process Yellow C
- CMYK: 0/0/100/0
- Bildschirm: R255 G255 B0
- Web: #FFFF00

WEISS
- RAL 9016 Verkehrsweiß
- Bildschirm: R255 G255 B255
- Web: FFFFFF

SCHWARZ
- Pantone Process Black C
- CMYK: 0/0/0/100
- RAL 9017 Verkehrsschwarz
- Bildschirm: R0 G0 B0
- Web: #000000

Hinweis: Neben diesen sieben Hauptfarben gibt es in der Hopsi-Hopper-Welt noch einen Vielzahl andere Farben, die keiner weiteren Einschränkung unterliegen. Außer, dass sie mit die oben aufgelisteten Hauptfarben gut harmonieren müssen.

ASKÖ

Hopsi Hopper | vorhandene Illustrationen (Stand Dezember 2018)



Bike2 / Moutainbike



Gymnastik



Apfelesser



Basketball



Bowling



Eislaufen



fliegend



Fußball



Geburtstag



Handball



Hometrainer



Judo



Lupe / Spurensuche



mit Medizin-Flasche



Rad



Rodeln



Schwimmer



Scooter



Seilspringen



Skater



Skifahrer



Stretch Hüftbeuger



Tennis



Tischtennis



Turnen



Volleyball



Vollkornweckerl



Wanderer



Zeigend



Hopsi Hopper Klassik



Golf



Sportfreunde



Badminton



laufend



Stretch VS Oberschenkel



Floorball



HH Kopf



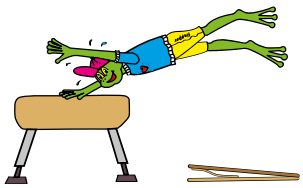
Siegel „Hopsi Hopper Okay"



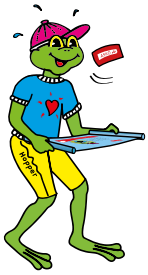
Bleistift



springend



Bock



mit Schupferl

Typografie | Schriften

Neben der im allgemeinen Teil des CD-Manuals definierten Hausschrift der ASKÖ „Tahoma" kommt auf den Hopsi-Hopper-Drucksorten – wenn sie für die Verwendung in der Schule bestimmt sind (z.B. Arbeitsblätter für den Unterricht, Vorleseheftchen,...) – zusätzlich die amtliche Schulschrift zum Einsatz. Schulkindern soll so der leichtere Zugang zu den Materialien ermöglich werden.

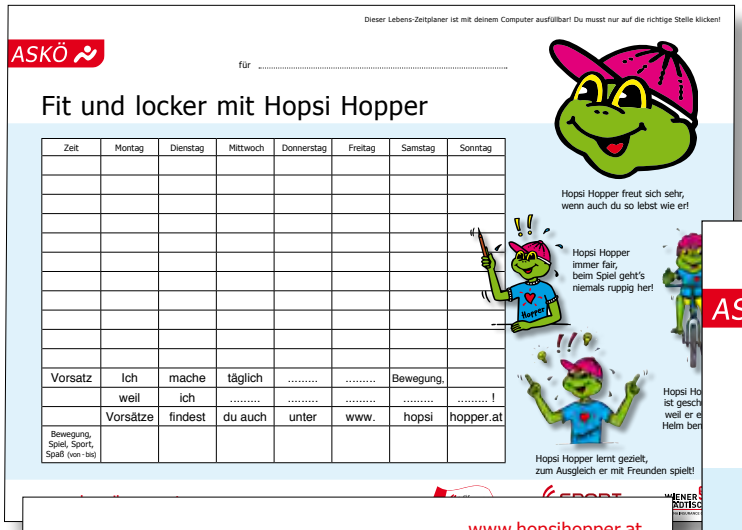
Druckschrift (nur in Regular verfügbar)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 (.,:;!?&ß)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Lor am zzril ex el eu feu feuisl elit la conullutpat lam ipit, quis nulputpat.
Dui blandit iniat utpat. Duipsum vulputpatum atem illutate tionumm dolorem iusciliquis nullaore core min henisit et, ver adiamcor sim vero core dolestinis ad tem ent alit duipsum quam et acidunt dolestrud dolortisis doloreet vel ut esequat.
Lore tisim del do doloborem dolore te conse magnis ex ea adigniatem velit, commy num dit alit illutpat nonsenim doloreet alit, sit aut ulluptat. Duismod dolesequat. Ut wismodio commy nummolor iure mod miniamc mmolent.

Anwendungsbeispiel | Give-Aways (Stundenplan, Urkunde, Medaille, Luftballons, Fitness-Wurfscheibe, ...)



Stundenplan (PDF-Formular und somit auch am Computer ausfüllbar)
(Stand: September 2011)



Hopsi Hopper Pass
(Stand: April 2018)



Hopsi Hopper Urkunde
(Stand: April 2018)



Hopsi Hopper Medaille
(Stand: April 2018)

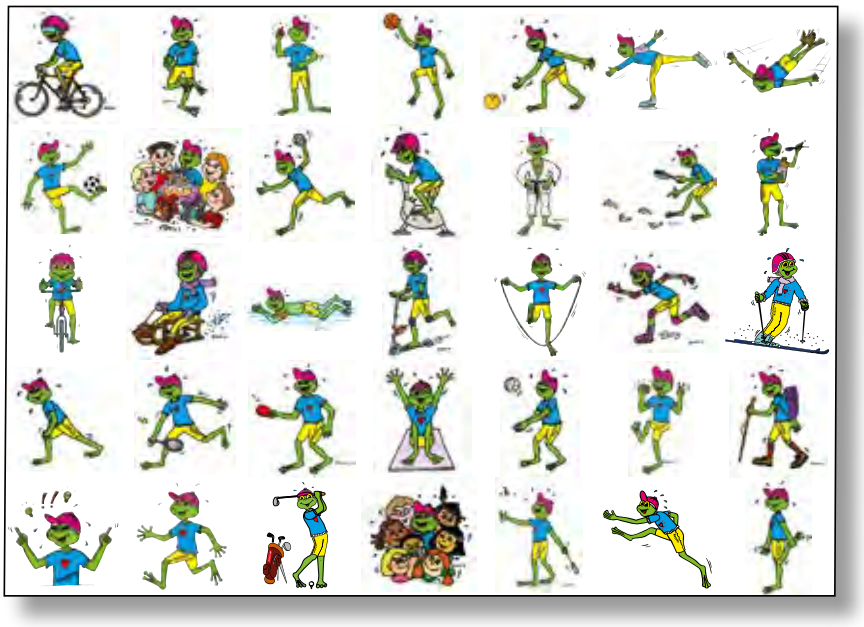
Hinweis: Die helle Farbe des Hintergrunds ist eine Farbe des Motivs im Vordergrund, die Deckkraft beträgt 15–20%!



Luftballons in mehreren Farben
(Stand: April 2018)

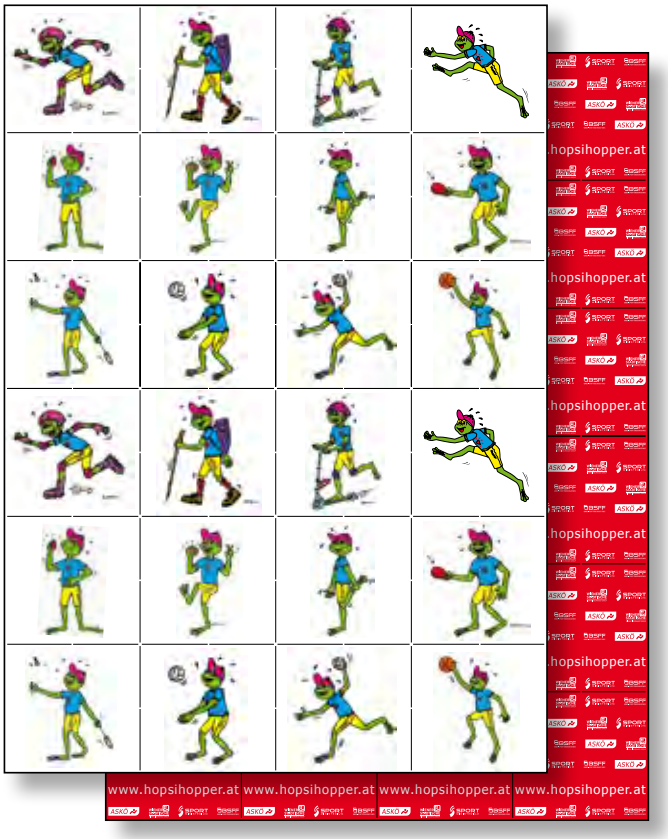


Fitness-Wurfscheibe
(Stand: April 2018)



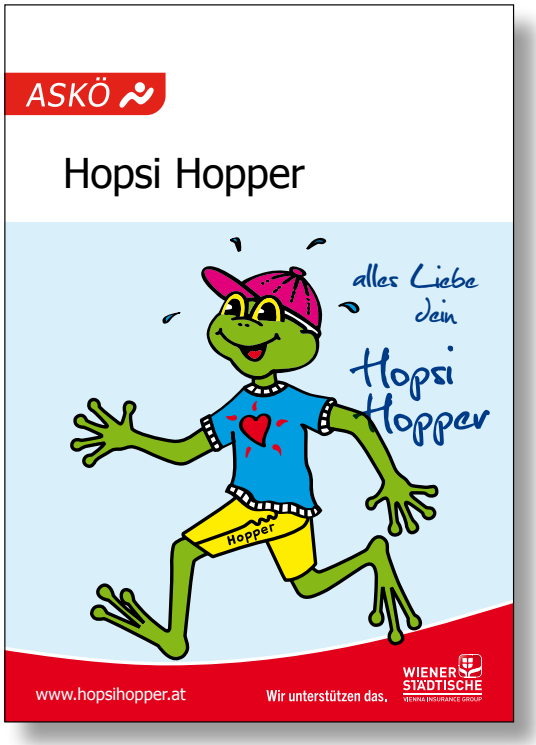
Sticker „Sportarten"
(Stand: April 2018)

Hopsi Hopper Memory
(2 Sorten mit unterschiedlichen Motiven)
(Stand: Juli 2015)





Haftnotizen „Hopsi Hopper kommt am ...“ für Info in Mitteilungsheften
(Stand: September 2014)

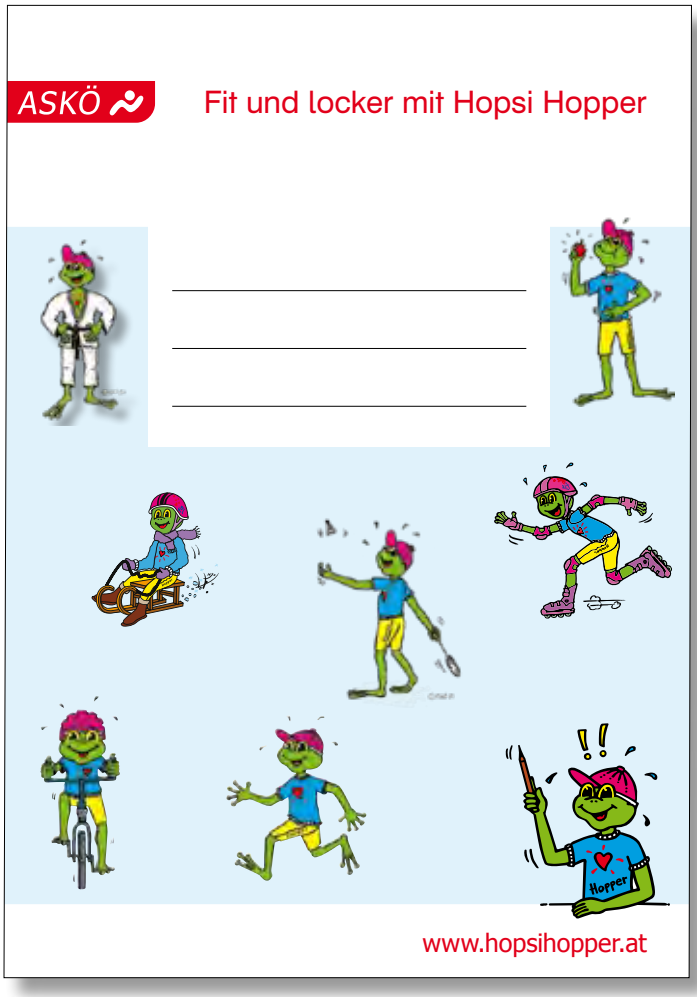


Autogrammkarte (Symbolfoto)



Hautklebe-Tattoo
(Stand: April 2018)

Anwendungsbeispiel | Flyer, Folder und Vorleseheftchen



Heftumschlag
(Stand: September 2015)



Geburtstagskarte (Symbolfoto)



Max fragt die Maus, die sagt: „Es tut mir sehr leid, aber ich bin schon mit der Kuh zusammen!"



Vorleseheftchen für Kindergarten- und Volksschulkinder im Format DIN A6
(Stand: August 2017 bzw. Mai 2009)



Flyer blanko im Format DIN A4
(Stand: Mai 2009)

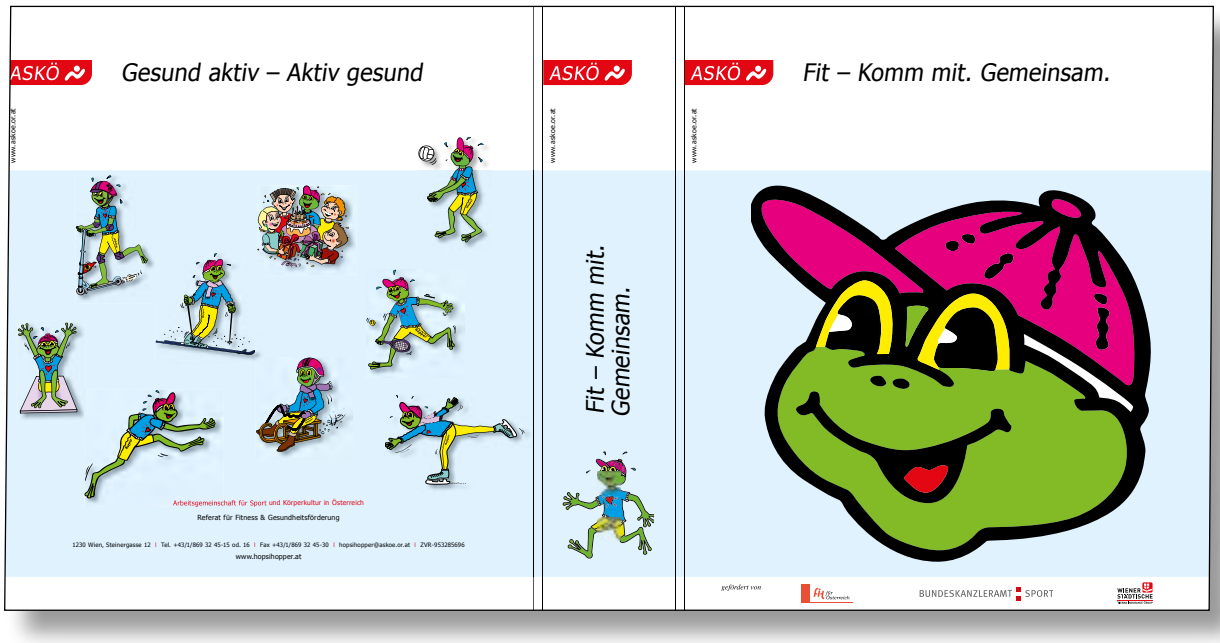


Flyer „Hopsi Hopper kommt am ..."
im Format DIN A4
(Stand: September 2014)

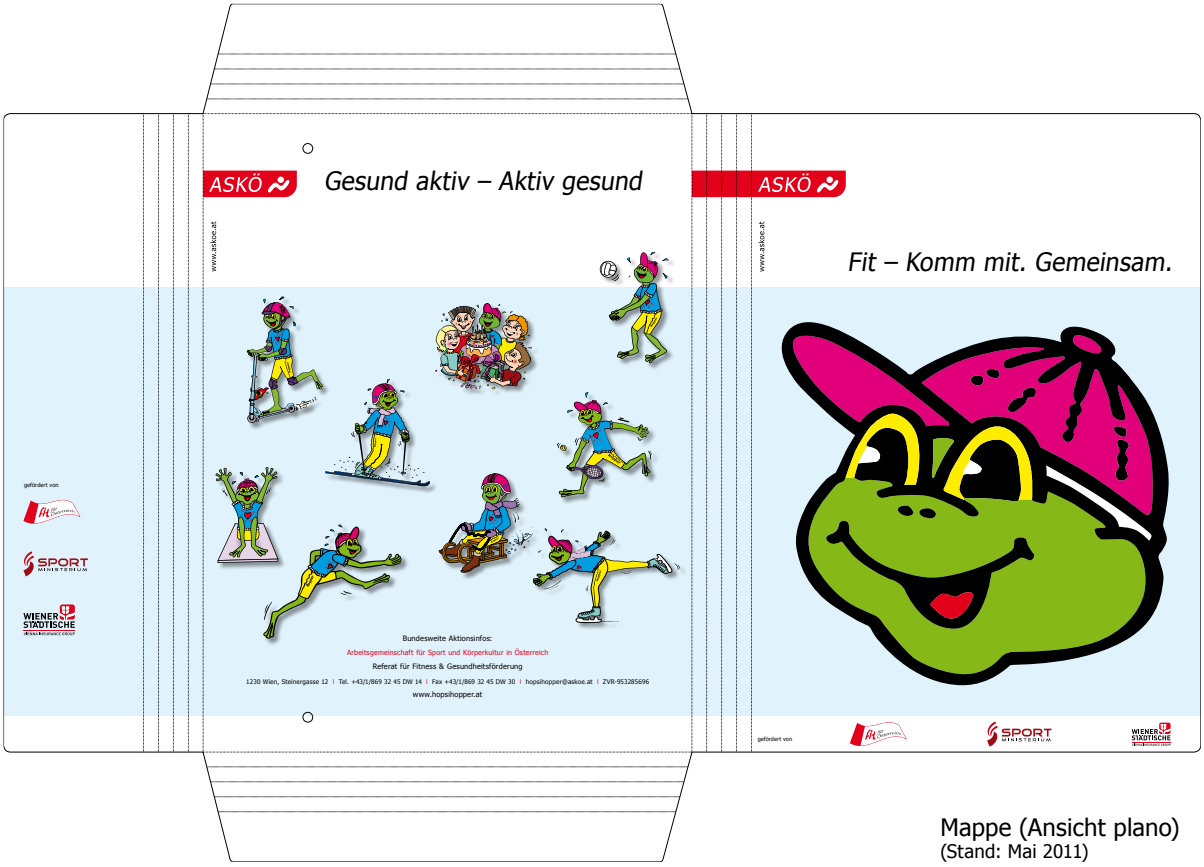


Gewinnspielkarte
„20 Jahre Hopsi Hopper"
(Stand: September 2014)

Anwendungsbeispiel | Ringordner, Mappe



Ringordner (Rückseite - Rücken - Vorderseite)
(Stand: November 2006)



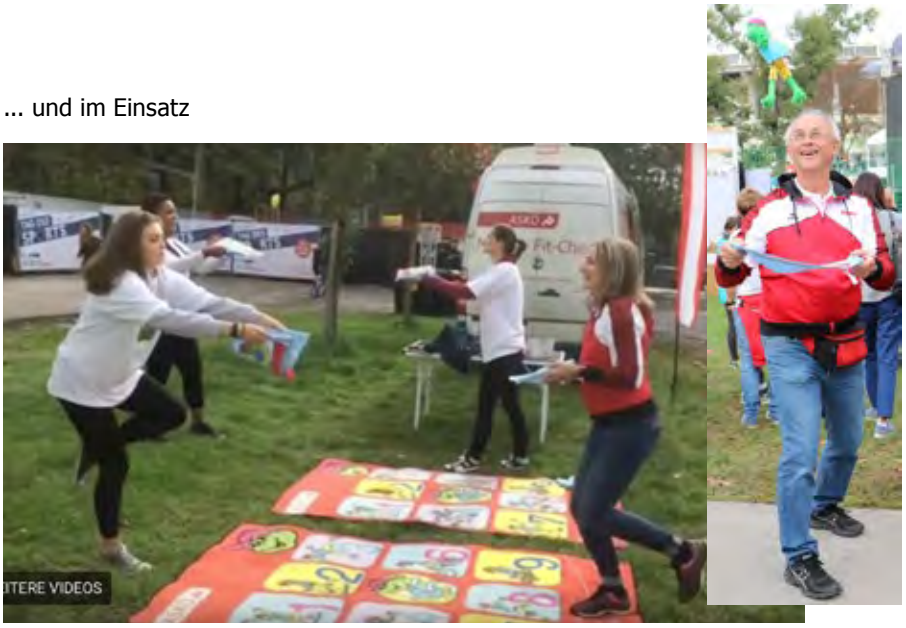
Mappe (Ansicht plano)
(Stand: Mai 2011)

Anwendungsbeispiel | Hopsi Hopper Schupferl



Skizze ...
(Stand: Dezember 2018)

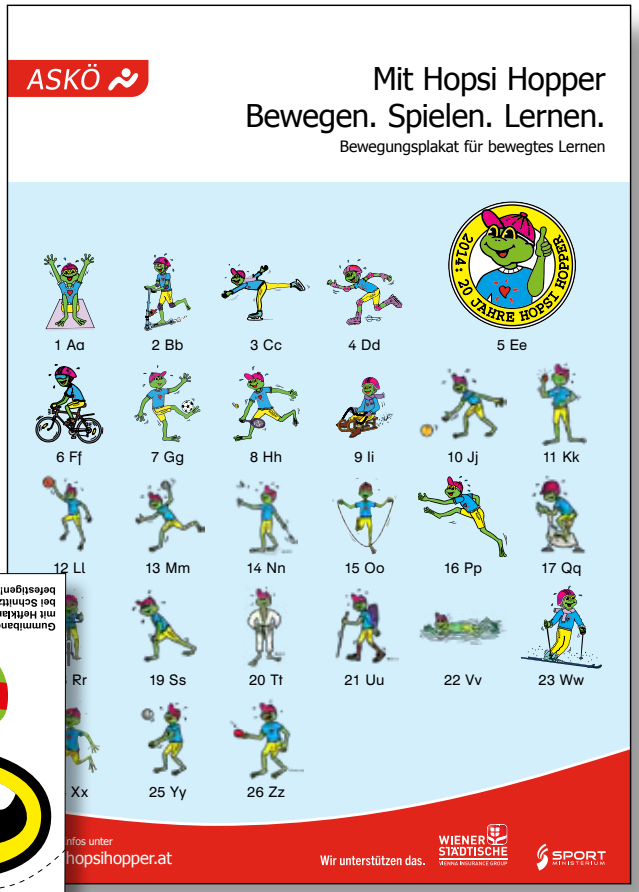
... und im Einsatz

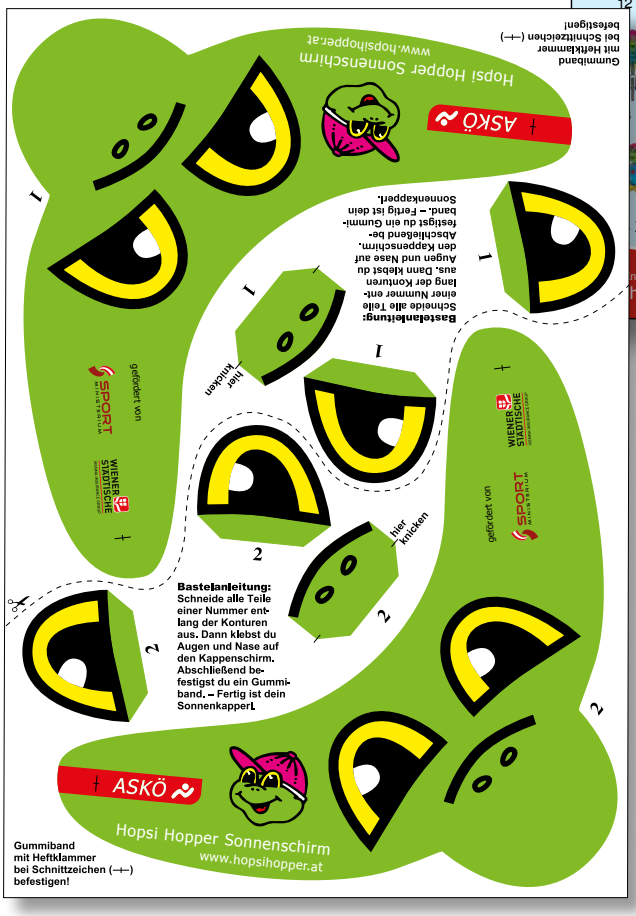


TIPP: Zum Hopsi Hopper Schupferl gibt es eine „Übungen und Spiele"-Sammlung!

Anwendungsbeispiel | Lehr- und Bastelmaterial (Arbeitsblätter, Lesezeichen, Schirmkappe, ...)

Bewegungsplakat in den Formaten
DIN A2 und DIN A1
(Stand: September 2014)

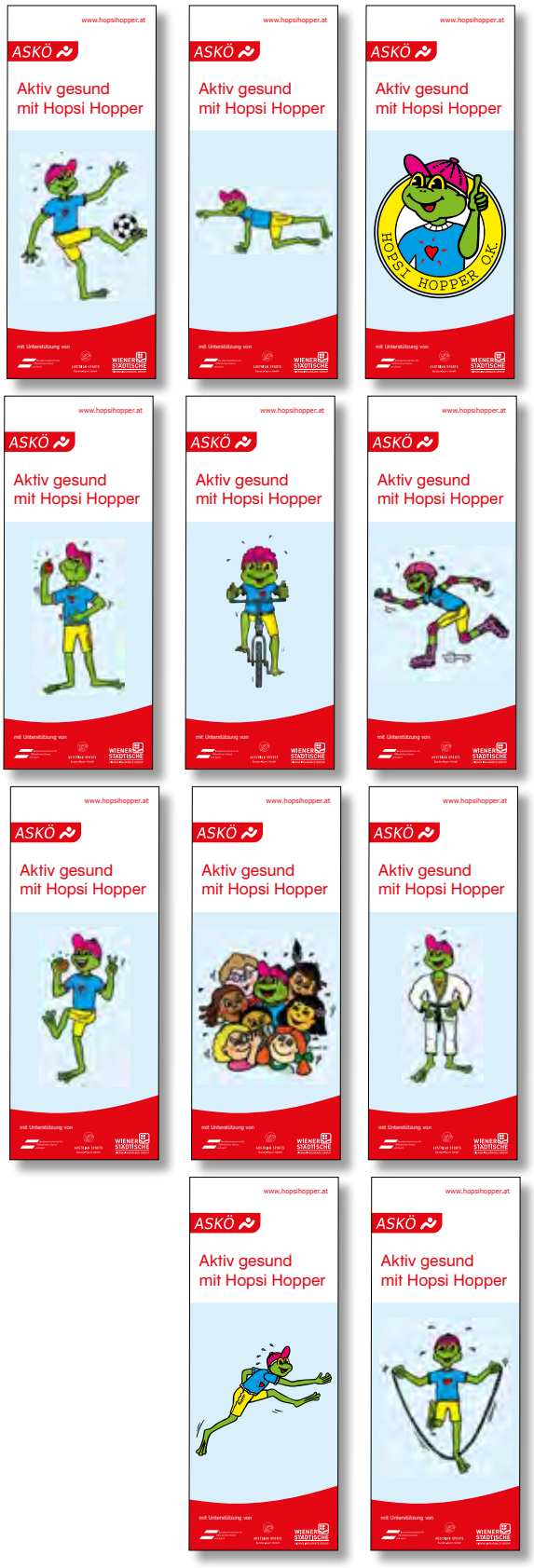




Ausschneidbogen „Schirmkappe" im Format DIN A4
(Stand: April 2014)

4 Sorten Türanhänger
(Stand: Juli 2004, akltualisiert)



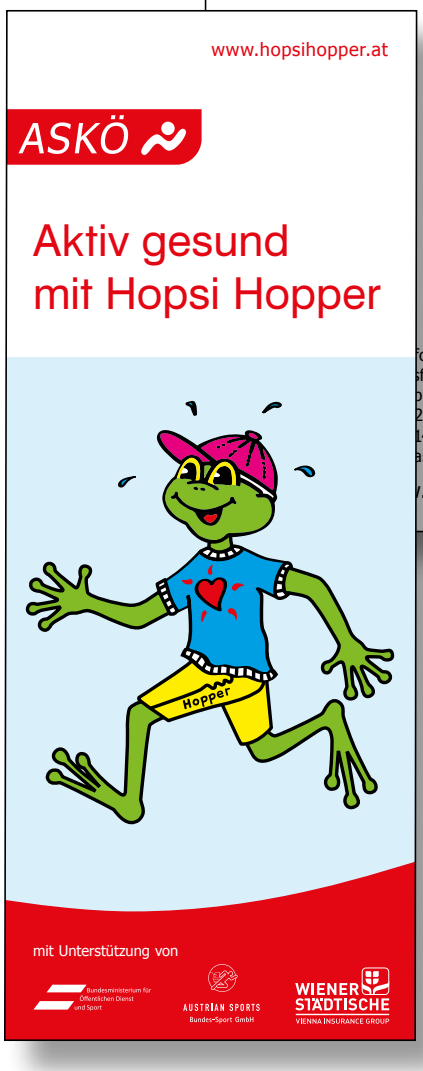


Hopsi Hopper Tipp 1

„Gesundheit",
Hopsi Hopper spricht,
„entsteht durch Leben
im Gleichgewicht."

Die Menge bestimmt, ob etwas die Gesundheit fördert oder ihr schadet. Die goldene Mitte ist in den meisten Fällen richtig!

fos:
sförderung
bi-Gasse 1
2
14 | Fax: DW 30
askoe.at
v.hopsihopper.at

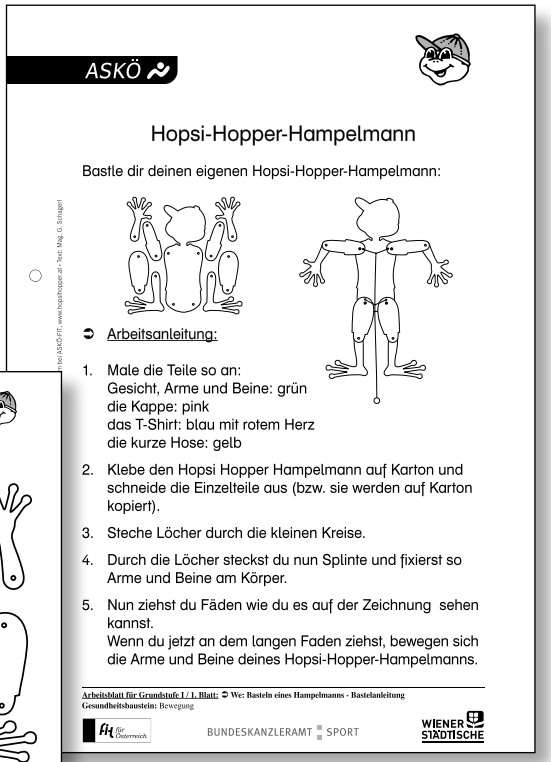


12 Sorten Lesezeichen mit Tipps von Hopsi Hopper
(Stand: April 2018)

ASKÖ

42 Sorten Arbeitsblätter zu unterschiedlichen Themen (Deutsch, Englisch, Mathematik, Turnen) als Unterstützung im Unterricht

(Stand: Dezember 2005, aktualisiert)

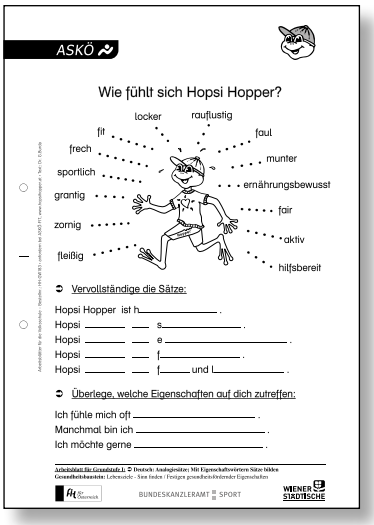

ASKÖ

Hopsi-Hopper-Hampelmann

Bastle dir deinen eigenen Hopsi-Hopper-Hampelmann:

➲ Arbeitsanleitung:

1. Male die Teile so an:
   Gesicht, Arme und Beine: grün
   die Kappe: pink
   das T-Shirt: blau mit rotem Herz
   die kurze Hose: gelb
2. Klebe den Hopsi Hopper Hampelmann auf Karton und schneide die Einzelteile aus (bzw. sie werden auf Karton kopiert).
3. Steche Löcher durch die kleinen Kreise.
4. Durch die Löcher steckst du nun Splinte und fixierst so Arme und Beine am Körper.
5. Nun ziehst du Fäden wie du es auf der Zeichnung sehen kannst.
   Wenn du jetzt an dem langen Faden ziehst, bewegen sich die Arme und Beine deines Hopsi-Hopper-Hampelmanns.


ASKÖ

Wie fühlt sich Hopsi Hopper?

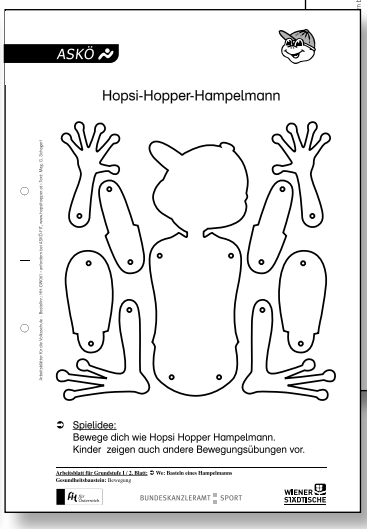
locker, rauflustig, flt, faul, frech, munter, sportlich, ernährungsbewusst, grantig, fair, zornig, aktiv, fleißig, hilfsbereit

➲ Vervollständige die Sätze:

Hopsi Hopper ist h_____.
Hopsi ____ ____ s_____.
Hopsi ____ ____ e_____.
Hopsi ____ ____ f_____.
Hopsi ____ ____ f_____ und l_____.

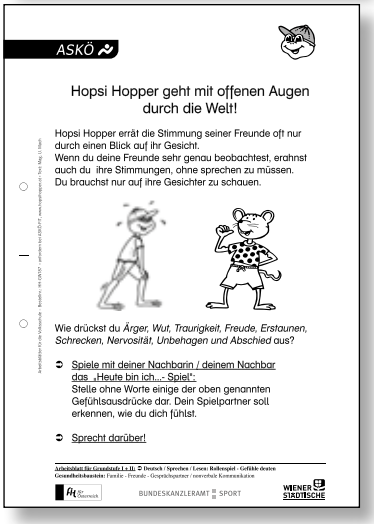
➲ Überlege, welche Eigenschaften auf dich zutreffen:

Ich fühle mich oft _____.
Manchmal bin ich _____.
Ich möchte gerne _____.


ASKÖ

Hopsi-Hopper-Hampelmann

➲ Spielidee:
Bewege dich wie Hopsi Hopper Hampelmann.
Kinder zeigen auch andere Bewegungsübungen vor.


ASKÖ

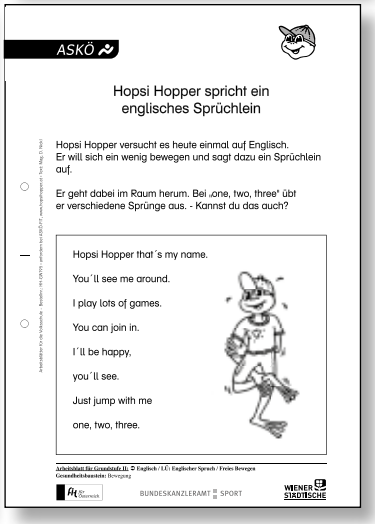
Hopsi Hopper geht mit offenen Augen durch die Welt!

Hopsi Hopper errät die Stimmung seiner Freunde oft nur durch einen Blick auf ihr Gesicht.
Wenn du deine Freunde sehr genau beobachtest, erahnst auch du ihre Stimmungen, ohne sprechen zu müssen.
Du brauchst nur auf ihre Gesichter zu schauen.

Wie drückst du *Ärger, Wut, Traurigkeit, Freude, Erstaunen, Schrecken, Nervosität, Unbehagen und Abscheid* aus?

➲ Spiele mit deiner Nachbarin / deinem Nachbar das „Heute bin ich...- Spiel":
Stelle ohne Worte einige der oben genannten Gefühlsausdrücke dar. Dein Spielpartner soll erkennen, wie du dich fühlst.

➲ Sprecht darüber!

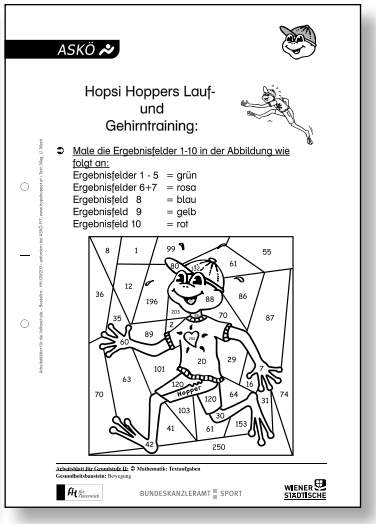

ASKÖ

Hopsi Hopper spricht ein englisches Sprüchlein

Hopsi Hopper versucht es heute einmal auf Englisch.
Er will sich ein wenig bewegen und sagt dazu ein Sprüchlein auf.

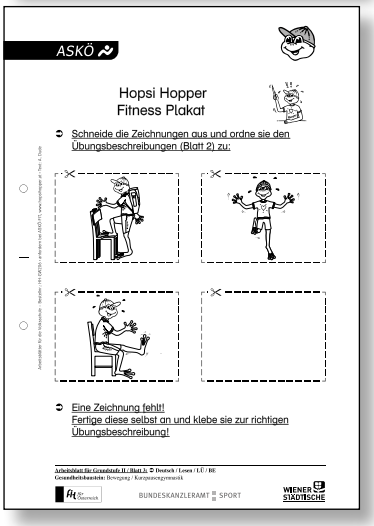
Er geht dabei im Raum herum. Bei „one, two, three" übt er verschiedene Sprünge aus. - Kannst du das auch?

Hopsi Hopper that´s my name.
You´ll see me around.
I play lots of games.
You can join in.
I´ll be happy,
you´ll see.
Just jump with me
one, two, three.


ASKÖ

Hopsi Hoppers Lauf- und Gehirntraining:

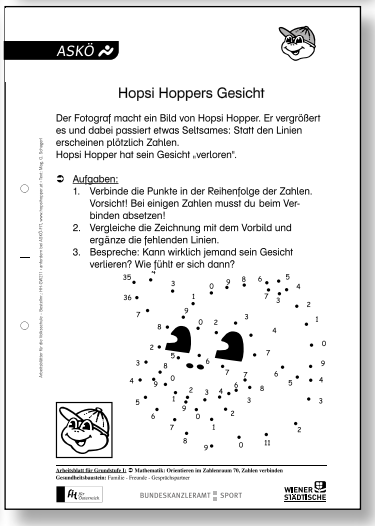
➲ Male die Ergebnisfelder 1-10 in der Abbildung wie folgt an:
Ergebnisfelder 1 - 5 = grün
Ergebnisfelder 6+7 = rosa
Ergebnisfeld 8 = blau
Ergebnisfeld 9 = gelb
Ergebnisfeld 10 = rot


ASKÖ

Hopsi Hopper Fitness Plakat

➲ Schneide die Zeichnungen aus und ordne sie den Übungsbeschreibungen (Blatt 2) zu:

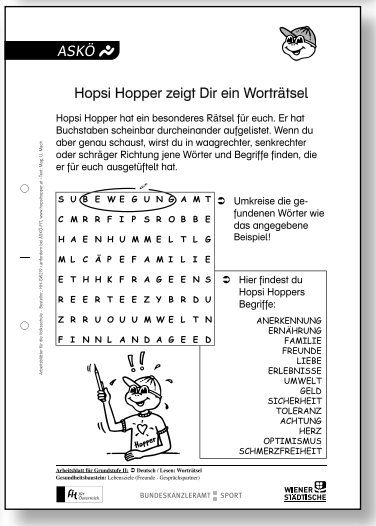
➲ Eine Zeichnung fehlt!
Fertige diese selbst an und klebe sie zur richtigen Übungsbeschreibung!


ASKÖ

Hopsi Hoppers Gesicht

Der Fotograf macht ein Bild von Hopsi Hopper. Er vergrößert es und dabei passiert etwas Seltsames: Statt den Linien erscheinen plötzlich Zahlen.
Hopsi Hopper hat sein Gesicht „verloren".

➲ Aufgaben:
1. Verbinde die Punkte in der Reihenfolge der Zahlen. Vorsicht! Bei einigen Zahlen musst du beim Verbinden absetzen!
2. Vergleiche die Zeichnung mit dem Vorbild und ergänze die fehlenden Linien.
3. Bespreche: Kann wirklich jemand sein Gesicht verlieren? Wie fühlt er sich dann?


ASKÖ

Hopsi Hopper zeigt Dir ein Worträtsel

Hopsi Hopper hat ein besonderes Rätsel für euch. Er hat Buchstaben scheinbar durcheinander aufgelistet. Wenn du aber genau schaust, wirst du in waagrechter, senkrechter oder schräger Richtung jene Wörter und Begriffe finden, die er für euch ausgetüftelt hat.

S U B E W E G U N G A M T
C M R R F I P S R O B B E
H A E N H U M M E L T L G
M L C Ä P E F A M I L I E
E T H H K F R A G E E N S
R E E R T E E Z Y B R D U
Z R R U O U U M W E L T N
F I N N L A N D A G E E D

➲ Umkreise die gefundenen Wörter wie das angegebene Beispiel!

➲ Hier findest du Hopsi Hoppers Begriffe:

ANERKENNUNG
ERNÄHRUNG
FAMILIE
FREUNDE
LIEBE
ERLEBNISSE
UMWELT
GELD
SICHERHEIT
TOLERANZ
ACHTUNG
HERZ
OPTIMISMUS
SCHMERZFREIHEIT

Anwendungsbeispiel | Hopsi Hopper Land (Spieleteppich, Mousepad, ...)



Spieleteppich „Hopsi Hopper Land"
(Stand: Juli 2013)



CD-ROM für Schulbox bzw. Lehrkörper mit Informationen, Anleitungen und Übungen
(Stand: Juli 2013)



RollUp „Hopsi Hopper Land"
(Stand: Juli 2013)



Mousepad „Hopsi Hopper Land"
(Stand: November 2013)

Anwendungsbeispiel | T-Shirt



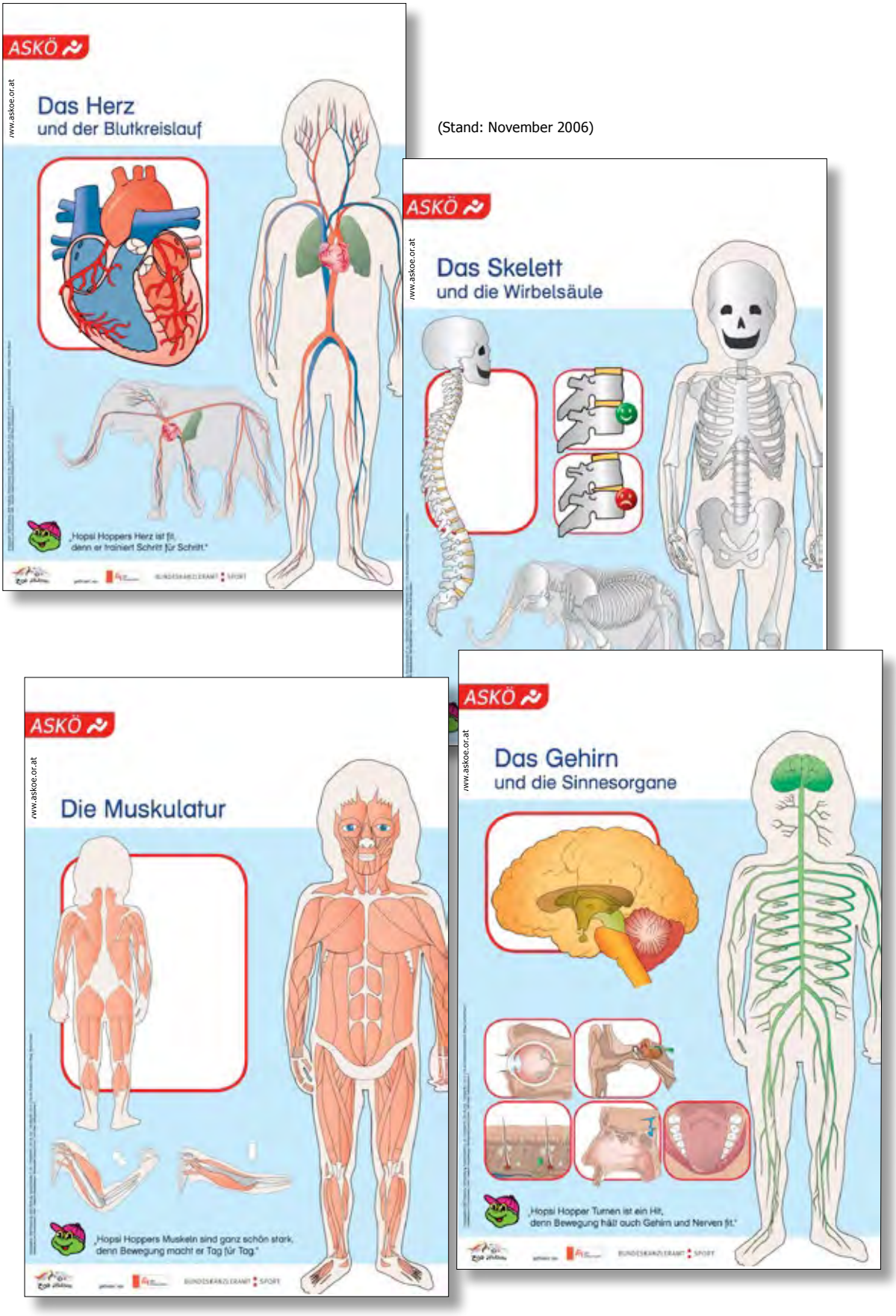
(Stand: April 2018)

Anwendungsbeispiel | Acryl-Schilder „Hopsi Hopper Okay"



Bewegungsfreundlichen Kindergärten und Volksschulen kann das Siegel „Hopsi Hopper O.K." verliehen werden.
(Stand: Dezember 2013)

Anwendungsbeispiel | DIN A2 Schautafel für Kinder

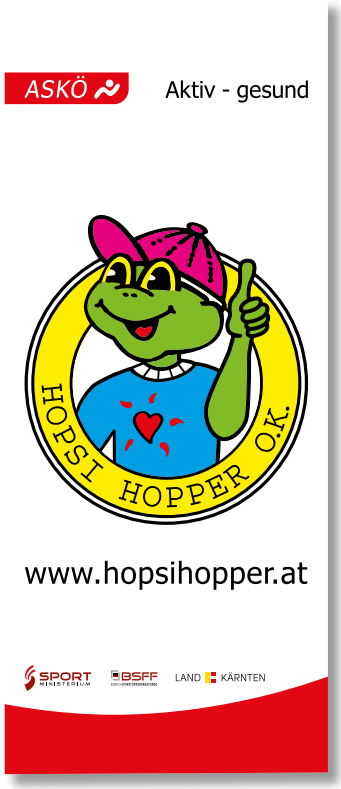


(Stand: November 2006)

Anwendungsbeispiel | Außenwerbung | RollUp, Sonnenschirm



Sonnenschirm (Symbolfoto)

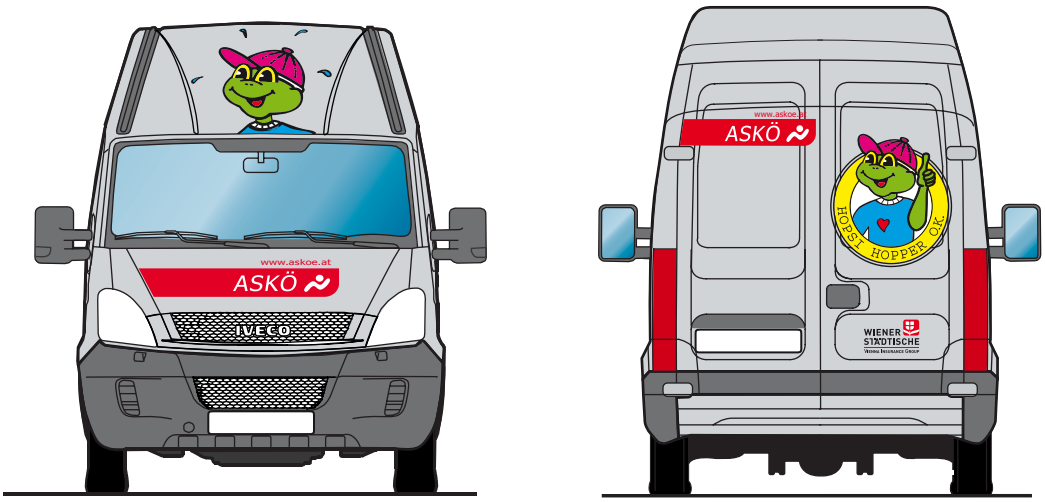


RollUp
(Mutation für
Land Kärnten)
(Stand: Mai 2016)

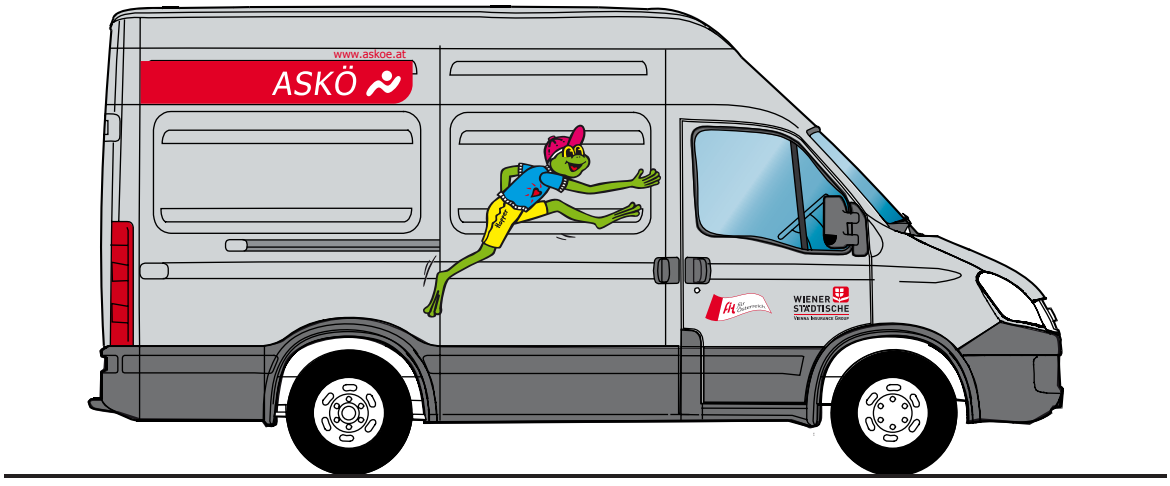


RollUp
(Stand:
April 2018)

Anwendungsbeispiel | Außenwerbung | Autobeschriftung

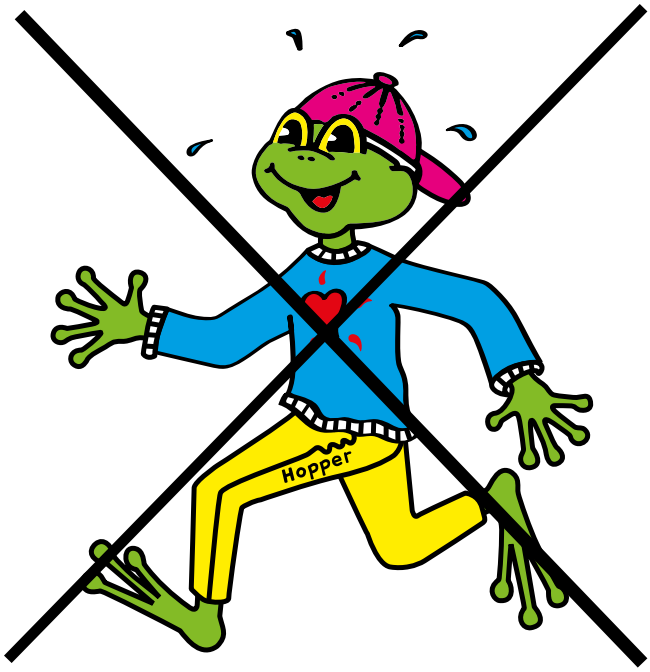




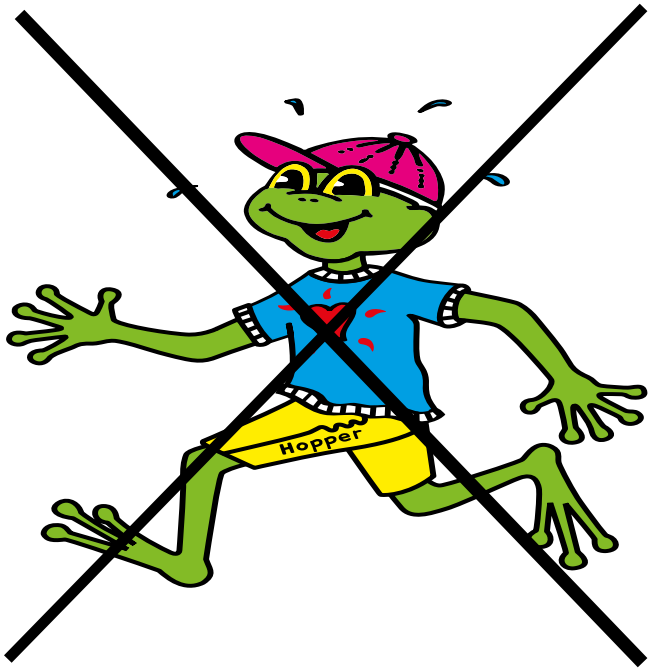


Hinweis: Die Sponsorenlogos können – nach Absprache mit der Abteilung Fitness & Gesundheitsförderung der Bundesorganisation – variieren. Fix muss der Hopsi-Hopper-Partner „Wiener Städtische" in der jeweils aktuellen Form mit seinem Logo auf dem Fahrzeug (und auch auf allen Drucksorten) vertreten sein!

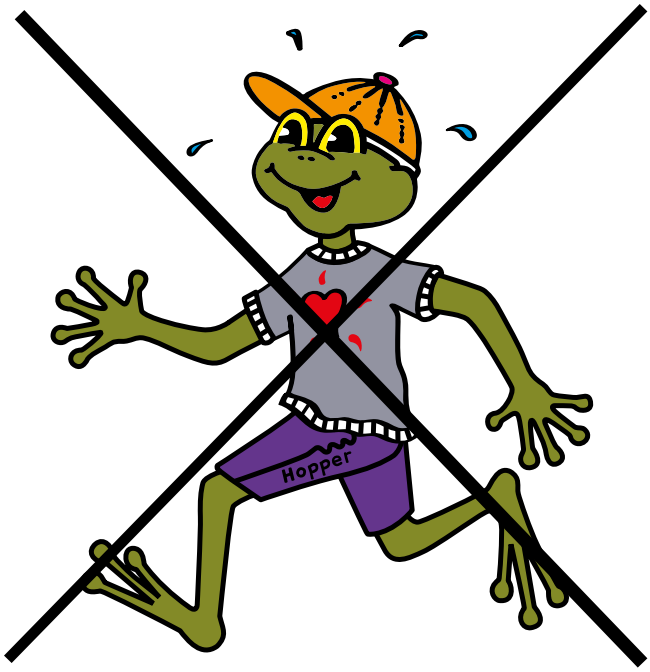
Hopsi Hopper | Anwendungsverbote



Nicht zulässig:
Hopsi-Hopper-Illustrationen dürfen auf keinen Fall verändert werden.



Nicht zulässig:
Die Proportionen der Hopsi-Hopper-Illustrationen müssen unbedingt beibehalten werden.



Nicht zulässig:
Die definierten Farben der Hopsi-Hopper-Illustrationen dürfen auf keinen Fall verändert werden.



Nicht zulässig:
Es dürfen keine Elemente bei Hopsi-Hopper-Illustrationen weggelassen werden.

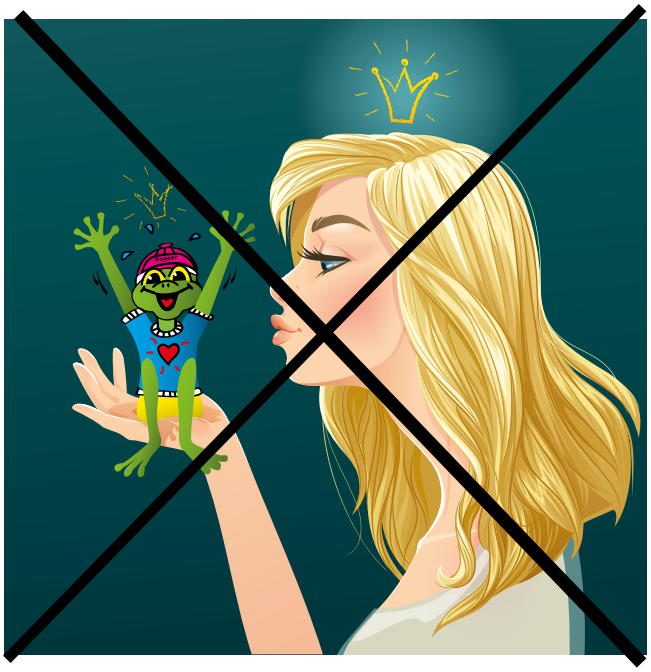


Illustration: iStockphoto (Retusche)

Nicht zulässig:
Hopsi-Hopper-Illustrationen dürfen nicht für zweckentfremdeten Inhalt verwendet werden (wie z.B. um ungesundes Essen oder eine ungesunde Lebensweise positiv darzustellen oder als Grafik für Märchen).



Illustration: WAGNER GRAPHIC DESIGN

Nicht zulässig:
Es dürfen – ohne ausdrückliche Zustimmung der Abteilung Fitness & Gesundheitsförderung der Bundesorganisation – keine neuen Hopsi-Hopper-Illustrationen erstellt werden.

Abschnitt 3

Logo-Sonderform „ASKÖ WAT“

(Logo)

Logo | Farben | Standard-Version Farbe positiv

Wenn möglich, sollte das ASKÖ-Logo immer färbig auf weißem bzw. neutralem Hintergrund eingesetzt werden. Um die Durchgängigkeit zu gewährleisten, sollte das Logo immer als Schmuckfarbe gedruckt werden. Wenn das nicht möglich ist, kann auch die 4c-Version verwendet werden.

Einsatzbeispiele: Drucksorten, Web



Mutation mit URL:



ROT

- Pantone: 485 C
- Vierfarbdruck: 100M/100Y
- RAL 3020 Verkehrsrot
- Bildschirm: R255 G0 B0
- Web: FF0000

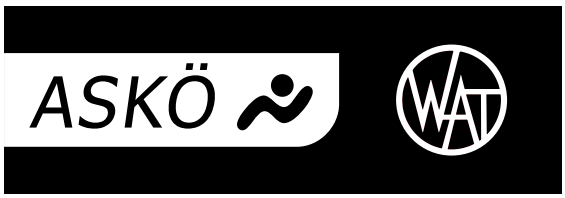
WEISS

- RAL 9016 Verkehrsweiß
- Bildschirm: R255 G255 B255
- Web: FFFFFF

Logo | Farben | SW-Version Vollton positiv

Ist eine Umsetzung in Farbe nicht möglich, soll das Logo in Vollton umgesetzt werden. Eine Version in Halbton (Graustufen) ist nicht zulässig.

Einsatzbeispiel: Stempel, Fax



Mutation mit URL:



SCHWARZ

- Pantone: Process Black C
- Druck: 100K
- RAL 9017 Verkehrsschwarz
- Bildschirm: R0 G0 B0
- Web: 000000

Logo | Farben | Version Farbe negativ

Ist sowohl eine Umsetzung in Standard-Version Farbe als auch als positive Vollton-Version nicht möglich, soll das Logo in Farbe negativ umgesetzt werden. Diese Version ist nur auf kontrastreichen Hintergründen zulässig. Rote Hintergründe sind nicht zulässig.

Einsatzbeispiele: Merchandisingartikel, Textildruck





ROT

- Pantone: 485 C
- Vierfarbdruck: 100M/100Y
- RAL 3020 Verkehrsrot
- Bildschirm: R255 G0 B0
- Web: FF0000

WEISS

- RAL 9016 Verkehrsweiß
- Bildschirm: R255 G255 B255
- Web: FFFFFF

Logo | Farben | SW-Version Vollton negativ

Ist eine Umsetzung in Farbe nicht möglich, soll das Logo in Vollton umgesetzt werden. Eine Version in Halbton (Graustufen) ist nicht zulässig. Diese Version ist nur auf kontrastreichen Hintergründen zulässig. Schwarze Hintergründe sind nicht zulässig.

Einsatzbeispiel: Merchandisingartikel



SCHWARZ

- Pantone: Process Black C
- Druck: 100K
- RAL 9017 Verkehrsschwarz
- Bildschirm: R0 G0 B0
- Web: 000000

Schlußwort

Wie bereits eingangs erwähnt, beziehen sich die Richtlinien des vorliegenden CD-Manuals auf das „Gemeinsame" bei der optischen Gestaltung – sie sind die Rahmenbedingungen, an die Sie sich gebunden fühlen müssen. Wir haben aus diesem Grund versucht, ein möglichst breites Spektrum abzudecken, um Ihnen die Richtlinien so anschaulich wie möglich zu machen.

Trotzdem kann es Situationen geben, in denen sie bei der Gestaltung die Antwort nicht bis ins Detail in diesem CD-Manual vordefiniert finden.

In solchen Situationen wenden Sie sich bitte an die ASKÖ Bundesgeschäftsstelle, Abteilung Marketing & Jugend, Frau Mag.ª Andrea Gruber, MSc (1030 Wien, Maria-Jacobi-Gasse 1, Media Quarter Marx 3.2, Tel. +43 664 882 515 04, andrea.gruber@askoe.at) oder die CI-Verantwortliche/den CI-Verantwortlichen in Ihrem Landesverband.

Wien, Februar 2019

ASKÖ Bundesorganisation

1030 Wien, Maria-Jacobi-Gasse 1
Media Quarter Marx 3.2
Tel. +43/1/869 32 45-17
E-Mail: askoe@askoe.at

www.askoe.at

ZVR-953285696