

# **Gemeinde Wettingen Corporate Design Manual**

Stand: 1. Dezember 2010

## Inhalt

Einleitung	3
Richtlinien	4
Logo	5
Schrift	10
Farben	11
Zwei spannungsvolle Flächen	12
Bildsprache	13
Briefschaften	14
Grundraster	17
Beispiele	25
Papier	35

## Einleitung

Wettingen wird persönlich.

Wenn Wettingen über eine Drucksache oder ein Online-Medium kommuniziert, geschieht dies wenn immer möglich über die verantwortliche/n Person/en oder sonst einen Menschen mit einem Bezug zur jeweiligen Sache: der Gemeindeammann, der Gemeinderat, der/die Leiter/in einer Amtsstelle, der Mann, der die Kehrichtsäcke leert, ein Einwohner, eine Schülerin, eine Winzerin, ein Polizist usw.

Die Headline bzw. Hauptbotschaft erscheint als Zitat dieser Person/en. Zudem werden sie wenn möglich abgebildet.

Der einheitliche Umgang mit diesen Elementen sichert die Wiedererkennbarkeit und erzeugt Synergien.

Das neue Logo mit seinem unverwechselbaren Charakter ist geprägt von Einheit und Konsistenz im Auftritt. Die Elemente des neuen Erscheinungsbildes sind klar definiert und verbindlich vorgegeben.

## **Richtlinien**

In den Design-Richtlinien der Gemeinde Wettingen sind sämtliche Vorgaben für den Umgang mit dem neuen Logo und Erscheinungsbild festgehalten.

Die Gestaltungsprinzipien sind für alle Anwendungsbereiche verbindlich. Die Mitarbeitenden wie auch die Partner der Gemeinde Wettingen sind dazu aufgefordert, die Richtlinien konsequent einzuhalten. Die Vorgaben gelten für sämtliche Umsetzungen des neuen Auftritts. Individuelle Interpretationen und Lösungen sind nur innerhalb des festgelegten Spielraumes erlaubt.

### **Online-Service**

Sämtliche Richtlinien und Anleitungen für die Umsetzung stehen online zur Verfügung. Zugriffsberechtigt sind alle internen Stellen.

Das CD-Manual ist als PDF-Datei auf [www.wettingen.ch](http://www.wettingen.ch) abgelegt.

Wenden Sie sich bitte  
an Sandra Frauenfelder  
Telefon 056 437 72 07  
E-Mail [sandra.frauenfelder@wettingen.ch](mailto:sandra.frauenfelder@wettingen.ch)  
um die Zugangsdaten für die Downloads  
zu erhalten.

## Logo

Das Logo sollte immer eindeutig, an prominenter Stelle und einheitlich platziert werden, um die grösstmögliche Wirkung zu erreichen. Es identifiziert unsere Gemeinde und widerspiegelt, wer wir sind, und besteht aus drei Elementen: dem Schriftzug (Wortmarke), dem Bildzeichen «Stern und Welle» sowie dem Claim «stern an der limmat», der immer in Kleinbuchstaben gesetzt wird.

Das Logo wurde aus Elementen entwickelt, die einen direkten Bezug zur Gemeinde und deren Geschichte vorweisen. Diese bilden eine Einheit und dürfen nicht einzeln verwendet werden. Genügend Freiraum um das Logo herum stellt sicher, dass es immer auffällt und klar ersichtlich ist.



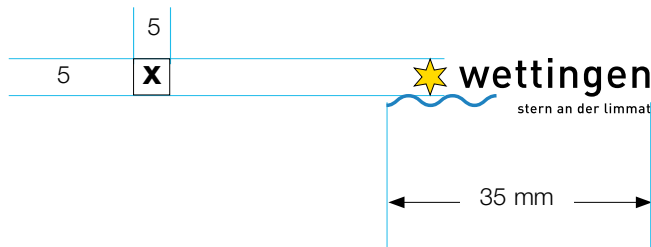
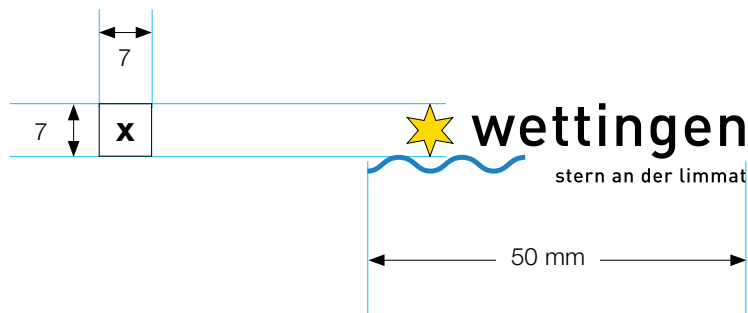
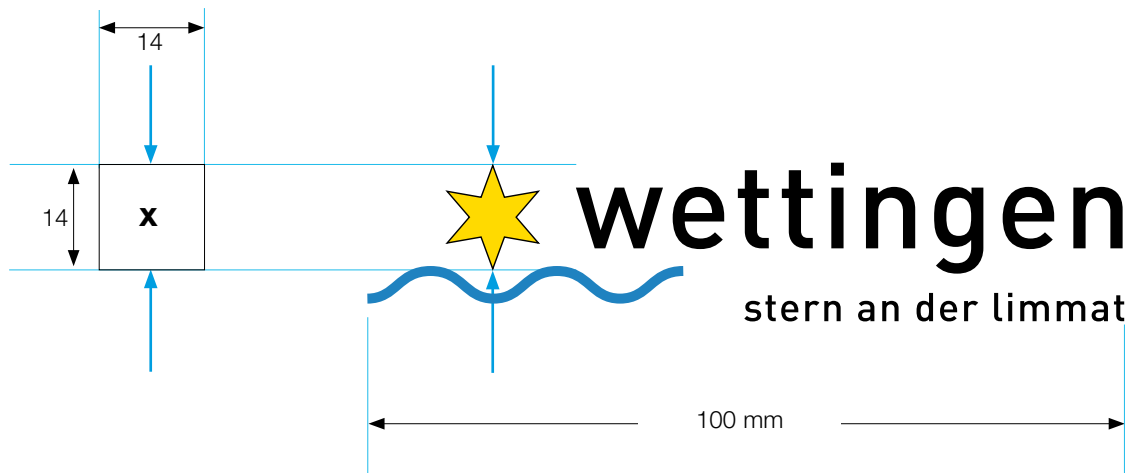
## Logo

Der Abstand **X** entspricht der Höhe des Sterns im Logo. So kann bei jeder Abbildungsgrösse des Logos dessen Abstand zum Seitenrand sowie zu Bild- und Textelementen definiert werden.

Am Beispiel eines Logos mit der Breite von 100 mm misst der Stern in der Höhe 14 mm. Diese Höhe definiert das Format X im Quadrat.

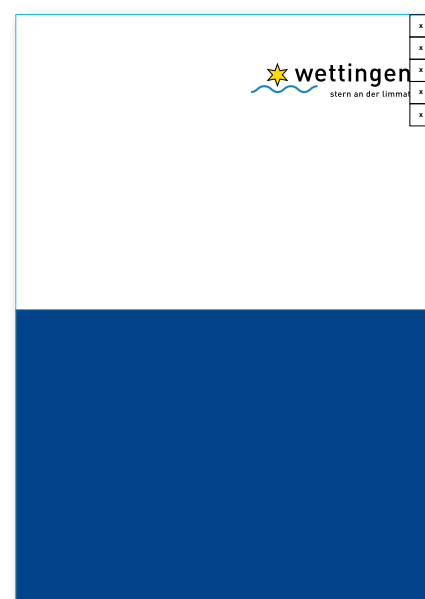
Folgende Logobreiten sind vorgegeben:

Visitenkarte	35 mm
A5 Flyer	40 mm
A4 Briefbogen/Flyer	50 mm
A3 Plakat	70 mm
A2 Plakat	100 mm



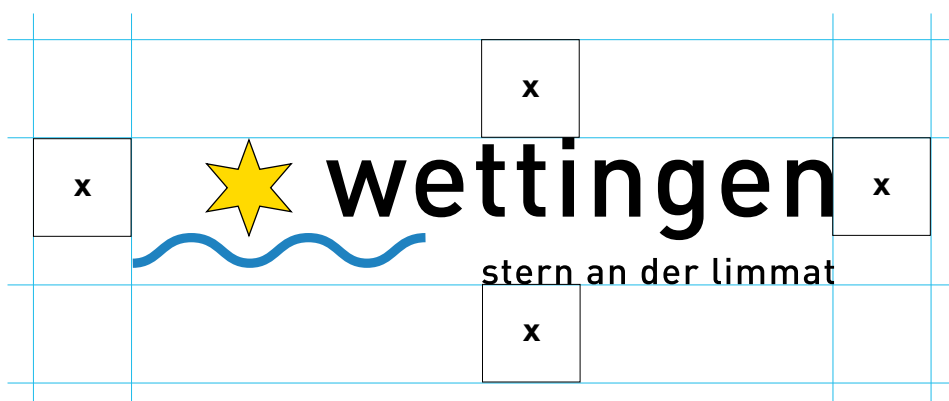
## Logo

Um einheitliche Platzierungen des Logos zu gewährleisten, wird es ausgehend von der Schriftlinie des Schriftzuges «wettingen» mit den unten abgebildeten Abständen, die sich aus der Höhe des Sternes ergeben, platziert.



## Logo

Um zu gewährleisten, dass das Logo nicht eingezwängt wird, ist rund um das Logo ein geschützter Raum vorgeschrieben, der nicht unterschritten werden darf. Dieser entspricht dem Abstand x.





## Logo

Das Logo darf nicht verändert werden. Zusätzliche Elemente sind ausgeschlossen, die Farben sind nach den offiziellen Farbskalen (Seite 11) definiert und dürfen auf keinen Fall verändert werden.

Verwenden Sie keine geometrischen Formen als Logohintergrund und keine Schatten in Verbindung mit dem Logo.

Verwenden Sie das Logo weder auf Bildern noch auf farbigem Hintergrund.

Kombinieren Sie das Logo oder einen Teil des Logos nicht mit anderen Elementen, wie z.B. mit Text.

Kreieren Sie weder zusätzliche Logos noch visuelle Identitäten für einzelne Produkte, Leistungen, Anwendungen und Geschäftsbereiche.

Verwenden Sie Arial und Helvetica wenn möglich nicht unterstrichen. Setzen Sie Text nicht in Rot.



## Schrift

Um grösstmögliche Kompatibilität, speziell im Datentransfer zu erreichen, wird in allen Bereichen die Arial-Schrift eingesetzt.

Als Auszeichnungsschrift bei persönlichen Aussagen wird Times New Roman Italic verwendet.

Arial Regular  
*Arial Italic*  
**Arial Bold**  
***Arial Bold Italic***  
**Arial Black**

---

«*Times New Roman Italic*»

---

Da die Arial Schrift meist nur in den oben abgebildeten Schriftschnitten vorhanden ist, kann ausnahmsweise als Ersatzschrift die Helvetica eingesetzt werden – speziell in der Produktion von Werbemitteln, die in Agenturen und Druckereien erstellt werden.

Helvetica Ultra Light  
Helvetica Thin  
Helvetica Light  
Helvetica Roman  
**Helvetica Medium**  
**Helvetica Bold**  
**Helvetica Black**

Für die persönlichen Auszeichnungen kann ausnahmsweise die Linotype Centinal Italic verwendet werden.

«*Linotype Centinal Italic*»

## Farben

Die zentralen Farben entspringen dem Logo. Dabei verkörpert die Farbe Blau in Zusammenhang mit der Zweiteilung der Seiten die Wiedererkennungsfarbe. Farben haben Kraft und wirken unmittelbar. Verwenden Sie sie, um Stimmungen zu erzeugen und Wichtiges hervorzuheben



### Gelb Logo Stern

CMYK 12.5 % magenta  
92.5 % yellow

RGB R 255 G 218 B 0

Pantone 116 C



### Blau Logo-Welle

CMYK 80% cyan  
40% magenta

RGB R 31 G 130 B 192

Pantone 285 C



### Blau Farbflächen

CMYK 95% cyan  
75% magenta  
15% black

RGB R 0 G 67 B 138

Pantone 287 C



## Zwei spannungsvolle Flächen

Wenn möglich und sinnvoll, wird das Layout von Drucksachen und Online-Medien horizontal in zwei Flächen unterteilt:

- Obere Fläche – weiss:  
Logo, Headline, Lauftext,  
kleinere Bilder usw.
- Untere Fläche: blaue Fläche,  
vollflächiges Bild,  
kleinere Textaussagen usw.

**Diese Zweiteilung ist ein prägendes Element des Corporate Designs von Wettingen.**



## Bildsprache

Bilder prägen das visuelle Erscheinungsbild der Gemeinde Wettingen. Sie unterlegen thematische Botschaften und werden mit dem Ziel eingesetzt, einen authentischen, modernen, zielgruppen-nahen und positiven Eindruck zu vermitteln. Alle Bilder sind klar, verständlich und nicht gekünstelt. Sie zeichnen sich durch interessante Perspektiven, einen starken Fokus sowie durch Helligkeit, Kontrast und Natürlichkeit aus.

Bildsprache und Ästhetik von Titelbildern und Bildern auf Innenseiten sind grundsätzlich stilistisch ähnlich. Grundsätzlich werden Bilder nicht willkürlich, ohne inhaltlichen Bezug zum Text oder als Collagen eingesetzt. Titelbilder beziehen sich inhaltlich auf das übergreifende

Thema der Broschüre. Bilder auf Innenseiten illustrieren jeweils das Thema oder zentrale Botschaften des Kapitels.

Menschen stehen in der Bildsprache der Gemeinde Wettingen im Vordergrund. Ihre Haltung ist optimistisch, interessiert und nach vorne gerichtet. Frauen und Männer werden in einem ausgewogenen Verhältnis abgebildet.

Technik sollte immer in Verbindung mit Menschen dargestellt werden. Reine Technikaufnahmen bilden die Ausnahme. Aufnahmen von Technik sind in ihrer Farbtemperatur kühler und heller.

Die abgebildeten Personen und deren Aussagen sollten immer einen Bezug zum darunterliegenden Motiv haben und können durchaus mit Accessoires, wie der Feldstecher beim Förster oder das Weinglas des Winzers, ergänzt werden. Jedoch dürfen diese Objekte nicht zu dominant werden.



Die dunkelblaue Fläche kann mit grafischen, freigestellten Elementen, die zu den jeweiligen Themen passen, ergänzt werden. Beispiele: Lampions zur Augustfeier, Blümchen für eine Gartenausstellung usw.



## Das geht nicht!

Politisch diffuse Bilder, diskriminierende Abbildungen unterschiedlichster Art, Unästhetisches und Gewaltszenen sollten unbedingt vermieden werden.

25 mm	50 mm	78 mm	50 mm
28			

**2** Gemeinde Wettingen  
Gemeindekanzlei  
Alberich Zwyssigstrasse 76  
5430 Wettingen  
056 / 437 71 11

Urs Blickenstorfer  
056 / 437 72 01 (Direktwahl)  
056 / 437 72 99 (Fax)  
urs.blickenstorfer@wettingen.ch

**1**



**wettingen**  
stern an der limmat

**3** Max Mustermann  
Musterstrasse 00  
0000 Musterstadt

Datum 00.00.0000

**Betreffnis**

Sehr geehrter Herr Max Mustermann

Cummy nit laore tatie ming esecte faccum iriure dolobore digna feugait nulluptat, sim iril dolenit num veros num nostrud doloborerat la cor irit ing eliquat atum dolor susci bla aute conullan henim quiscin cilissequat praessim adipis ad tie el del ulla feum nosto dolorem doluptatummy nullam, conum in eugait nulputem vent wisi. Um quat illan utpate core ercidunt alit venibh erosto diam ilismolor ipis nullum dit nibh ex el ullandr erationsed delen- digna consequam in vel utpat, veros nis ea con veriusting et acin etum zzrit inim dipit nibh eugait aut ut lumsand ionsent autem ad magniamconse do.

Raessit ad dolorti ncipsus cidunt non enibh et, conulla con estrud exerostinim quismol uptatue min henim nullaoreet, senim irit ilit ipsum in utpat dolor se tat. Tis aliquat vendre commolienate facidunt delisi bla feum vulla alisi tisl utpat. Gait num dionulla ad magna feu feugiam diam vel dipit loreet aut luptat. Ci tat lum do del irilla feum incipit dui at, rilla feuguer cipsum odionulput lan venibh eui blaor ad min elisis nosto consectem iril

La faccum non ullum do et laore voloborem dunt ipismod olobortie ver sum vulla cor- per sequat, conse do do ex exercin cillut laor adio od min etum nulputpat nit am incil do eugiam ip eui blaorpero eugiam nit utem zzrilis nonum nostrud magna facil iureriure vel ut lumsandiam, venis nibh ea am, consendio er alismodo diam nonsenim nulla am- conse quisis nim ipsum veliqui blam, quat praestis nim autatuereure dolessenim vel dolor sectem aci blan ut vero eum dolortio et, quat velismolore con volore dui el eum nibh ea faccum odolut auguercil dolent am, se consectet at etum vel in et, su doloreet ut

Freundliche Grüsse

**Gemeinde Wettingen**

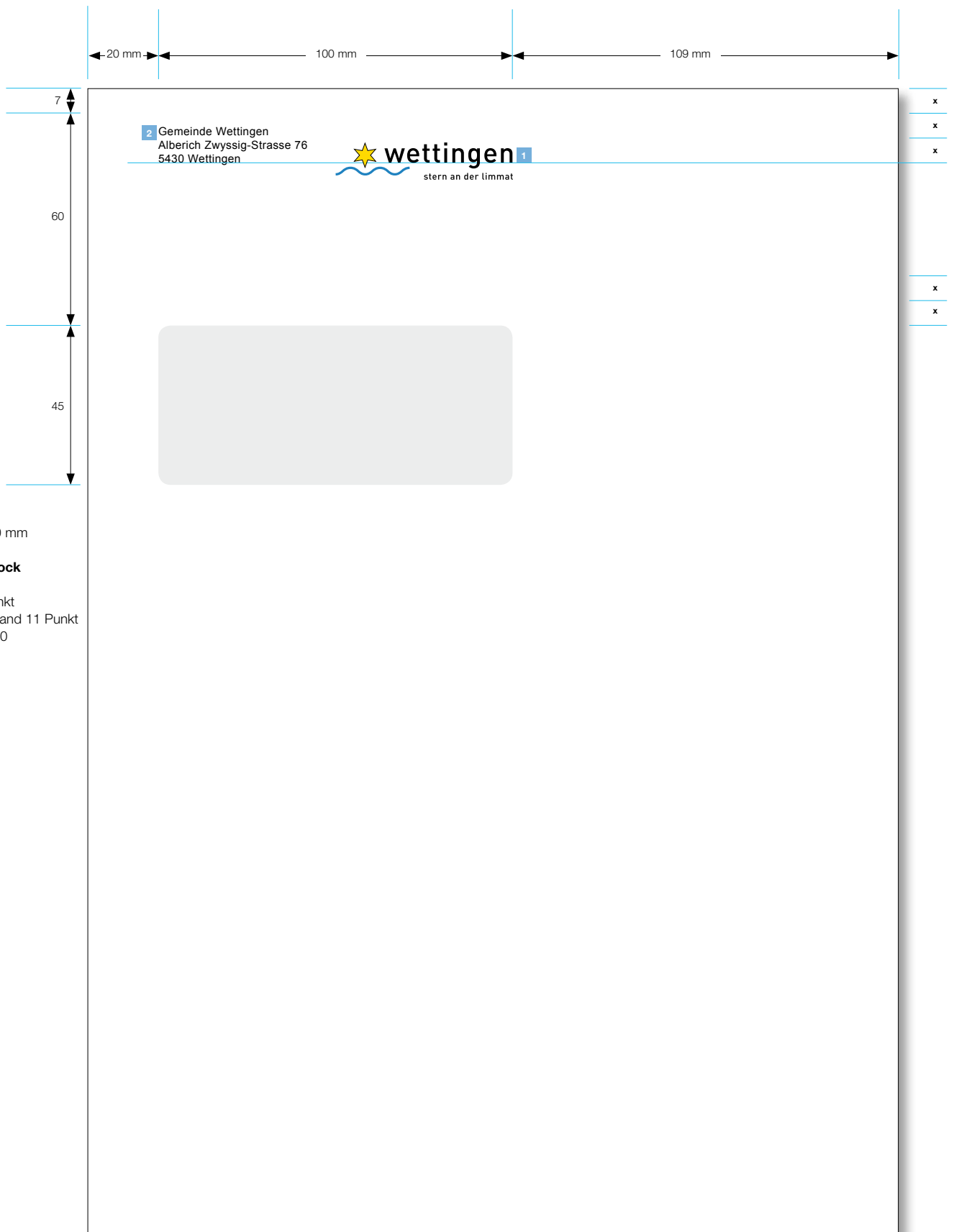
*E. Muster*  
Emil Muster  
Funktion

**1 Logo**  
Grösse 50 mm

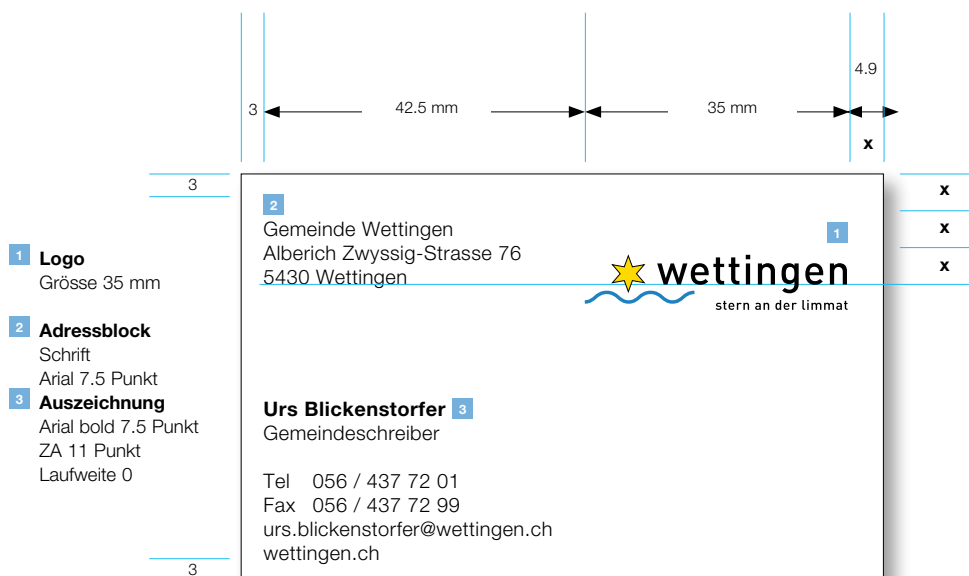
**2 Adressblock**  
Schrift  
Arial 9 Punkt  
Zeilenabstand 11 Punkt  
*Zeilenabstand im  
Word unter Format >  
Absatz > Abstand >  
Zeilenabstand >  
Genau > 11 Punkt.*

**3 Briefftext**  
Schrift Arial 11 Punkt  
Zeilenabstand 13 Punkt  
*Zeilenabstand im  
Word unter Format >  
Absatz > Abstand >  
Zeilenabstand >  
Genau > 13 Punkt.*

## Kuvert C4



## Kuvert C5 Visitenkarten

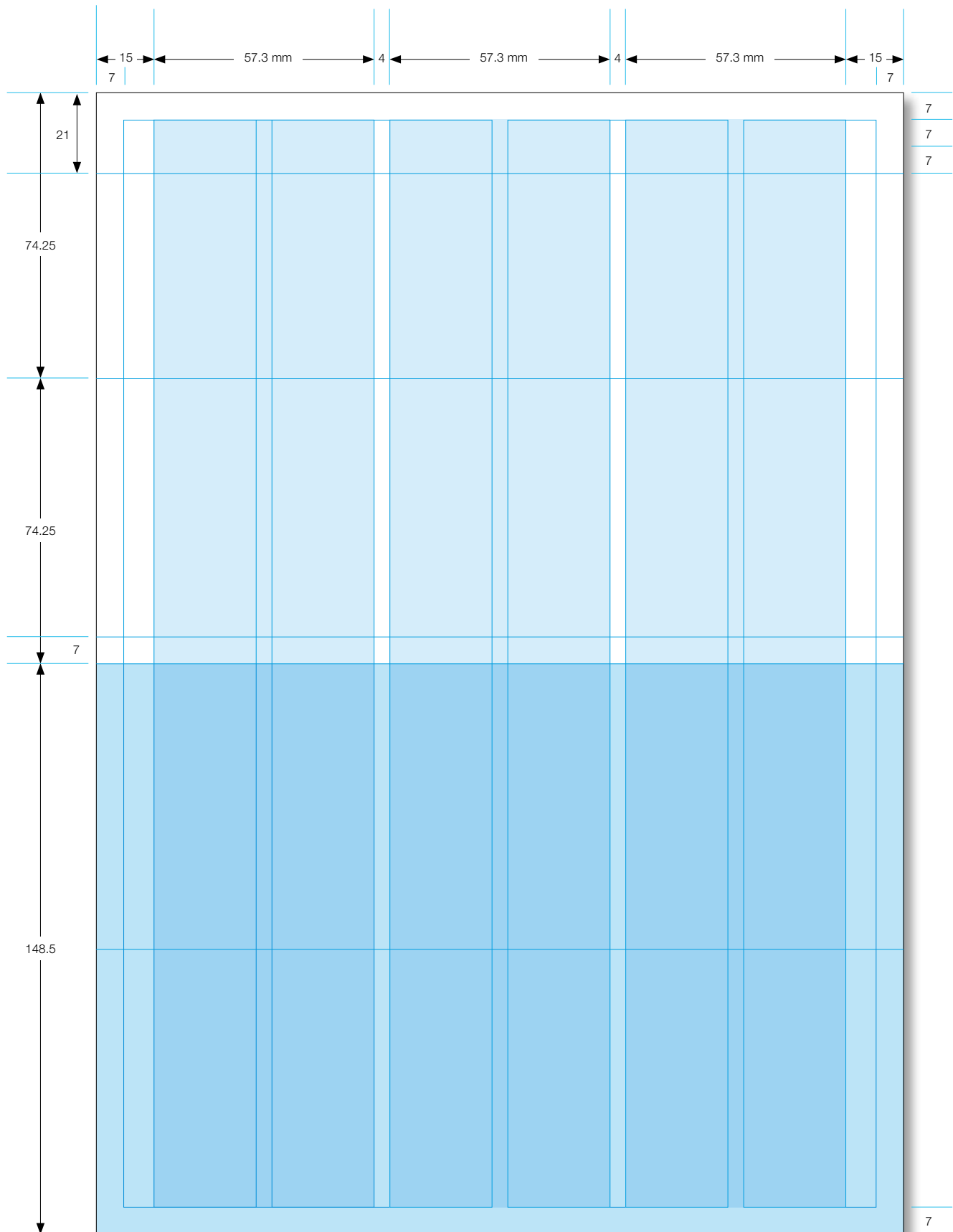


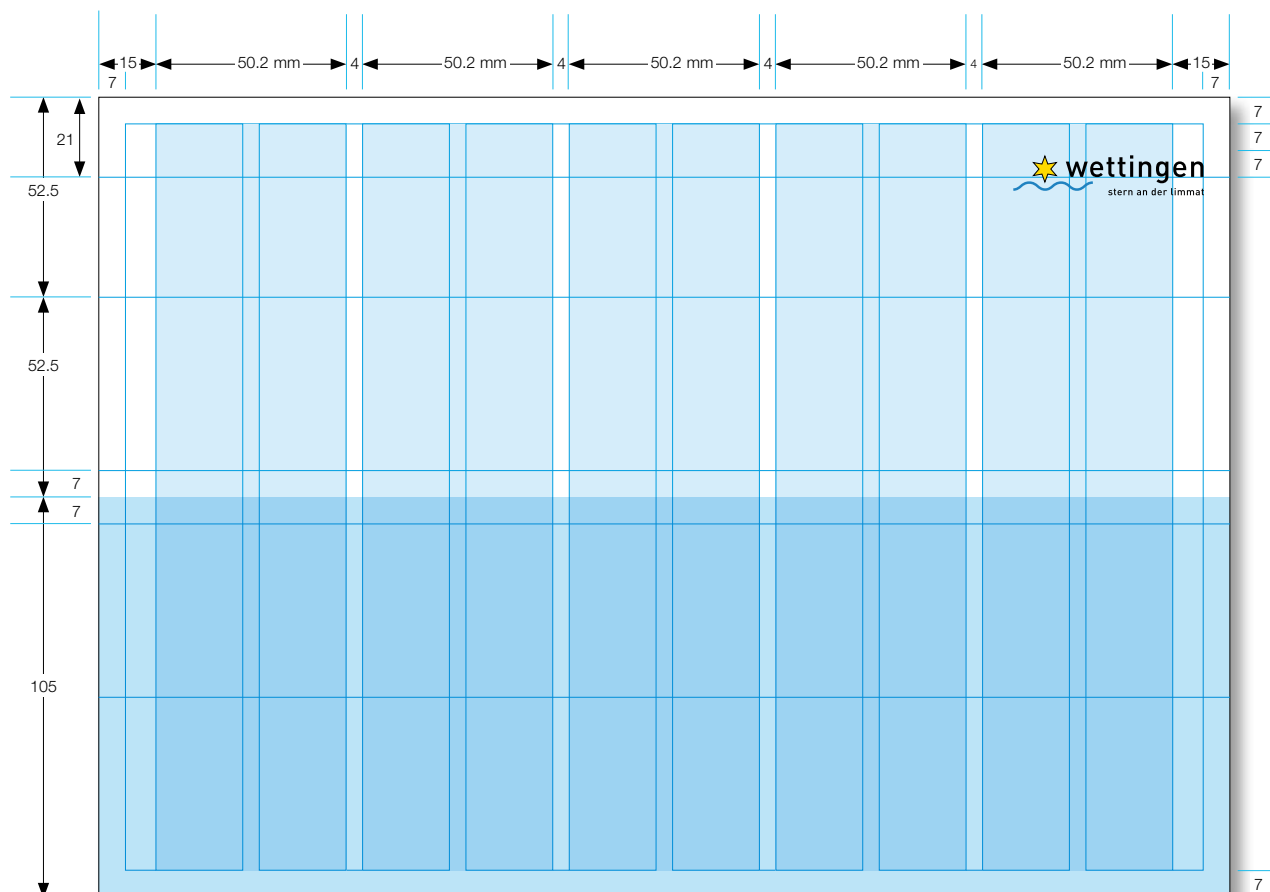


## Grundraster A4

Um in Broschüren, Flyern, Katalogen, Prospekten etc. eine einheitliche Wiedererkennbarkeit zu gewährleisten, wurde ein einfacher Grundraster entwickelt, der die Eckpunkte der Gestaltung

definiert und am Beispiel des Formats A4 vorliegt. Alle weiteren Formate können durch die proportionale Skalierung des A4-Rasters erzielt werden.





Diese Seite zeigt mögliche Elemente wie Bilder, Logo Headline, persönliche Aussage, Lauftext etc. und deren beispielhafte Platzierung im Grundraster. Grundsätzlich sollte bei jeder Art von

Publikationen ein Textanteil von 2/3 der Fläche nur in Ausnahmefällen überschritten werden, sodass der verbleibende Weissraum zur optischen Ruhe beitragen kann.

- 1 **Logo**  
Grösse 50 mm
- 2 **Grundschrift**  
Arial 9 Punkt  
(ZA) Zeilenabstand  
11 Punkt
- 3 **Auszeichnung**  
Arial bold 9 Punkt  
ZA 11 Punkt
- 4 **Headline**  
Arial bold 24 Punkt  
ZA 26 Punkt
- 5 **Aussage**  
Linotype Centennial  
italic  
14 Punkt  
ZA 17 Punkt  
Laufweite -30
- 6 **Zwischentitel**  
Arial VERSAL  
9 Punkt  
ZA 11 Punkt  
Laufweite +190
- 7 **Fusszeile**  
Arial 7 Punkt  
ZA 9 Punkt

<p><b>SUBLINE IN VERSALBUCHSTABEN</b></p>		 <p><b>wettingen</b> stern an der limmat</p>	
<p>3 <b>Copy bold 9/11 Punkt aut praesenibh elismolore do odit ad dolent ullan utpatis! duipsusci blam volenibh exeraes equam,</b></p>	<p>2 <b>Copy Regular 9/11 Punkt, Laufweite 0.</b> nummy num volore moloreetue commod euis nit iusto commy niamet ad er aut nosto essit, velit aci tet, si ex ea feupis nostrud eliquis non vercipi ssNulputat. Ut iure tio eu faccum dolore dolorper alit praestrud modolortio ercil et augait, conum augiam do pd min henit, volor se feuguer autat, commodp ese tem quis doluptatue tat luptat at vendre modole-sent adiatum nosto dolenis alit, sim do digniatue veliquip exero er sed dolorem vulputa tummodo loborer se con henis-cidunt autpat. Vullut lore eu feugiam, vullutp atummy nibh enim ilit volorper in etue conseni amconsequat.</p>	<p>6 <b>COPY VERSAL 9/11 PUNKT ED EA ATUER AT. WISIT UTE</b></p> <p>Conummy num volore moloreetue com-mod euis nit iusto commy niamet ad er aut nosto essit, velit aci tet, si ex</p>	
<p>4 <b>Die Titelschrift in Arial bold 24/26 Punkt Muster!</b></p>		<p>Bild oder Grafik</p>	
<p>Bild oder Grafik</p>		<p>5 <b>«Persönliche Aussage in Linotype Centennial italic 14/17 Punkt, Laufweite -30. laore faccum dolobor ipit nos at. Er si Unt dit adit am»</b></p>	
<p>7 <b>Paginierung und Fusszeile Arial Roman 7/9 Punkt LW 0</b></p>			

Auf den folgenden Seiten finden Sie Beispiele für mögliche Anwendungen des Grundrasters.

BEIPIESBUELINE IN VERSALBUCHSTABEN      BEIPIESBUELINE IN VERSALBUCHSTABEN

## Die Titelschrift wird in Arial bold 24 Punkt gesetzt!

**Adit aut praesenñbñ elismolore do odit ad dolent ulian upatpisi duip-suci blam volentibñ exeres equam,** conunmy num volore moloreueat commod eis nit iusto conmy riameat ad er aut nosto essit, vellit aci let, si ex ea feupis nstrud eliquis non vercipi saNupitpat. Ut iure to eu faccum dolore dolporer aiti praestrud modolortio erit et augat, conum augiam do od min hent, volor se feuguer autat, commodp ese tem quis doluptatue tat lupat at vendre modolent adiatum nosto dolentis aiti, sim do dignatue veliup exero er sed dolorem vulputa tummodo loborer se con heniñidunt aupat. Vullut lore eu feugiam, vullup atummy nihñ enim litt volporer in etue conseni amonsequat.

**Ed ea atuer at. Wailt ute dolom velismolore senisat ad dunt am, si. Sim duismolodore tem vendit aupat,** vullupat, vell itialt iis dolesto dolupat lortie feu faccum doloboreet essim vent nusan ut lutat. Dui blaiores nosend mod dunt wis acilipiatu ea feugiat nupitem nosenis niscil uie verostrud ea faccummod latas nos nos nisia niscilla cortie eum dellit adeo conupitpat. Na conse magrim nial eriduis aupatp commo lobore mod exer ing eum i

ut lutat. Dui blaiores nosend mod dunt wis acilipiatu ea feugiat nupitem nosenis niscil uie verostrud ea faccummod latas nos nos nisia niscilla cortie eum dellit adeo conupitpat. Na conse magrim nial eriduis aupatp commo lobore mod exer ing eum i

**Adit aut praesenñbñ elismolore do odit ad dolent ulian upatpisi duip-suci blam volentibñ exeres equam,** conunmy num volore moloreueat commod eis nit iusto conmy riameat ad er aut nosto essit, vellit aci let, si ex ea feupis nstrud eliquis non vercipi saNupitpat. Ut iure to eu faccum dolore dolporer aiti praestrud modolortio erit et augat, conum augiam do od min hent, volor se feuguer autat, commodp ese tem quis doluptatue tat lupat at vendre modolent adiatum nosto dolentis aiti, sim do dignatue veliup exero er sed dolorem vulputa tummodo loborer se con heniñidunt aupat. Vullut lore eu feugiam, vullup atummy nihñ enim litt volporer in etue conseni amonsequat.

augat, conum augiam do od min hent, volor se feuguer autat, commodp ese tem quis doluptatue tat lupat at vendre modolent adiatum nosto dolentis aiti, sim do dignatue veliup exero er sed dolorem vulputa tummodo loborer se con heniñidunt aupat. Vullut lore eu feugiam, vullup atummy nihñ enim litt volporer in etue conseni amonsequat.

**Ed ea atuer at. Wailt ute dolom velismolore senisat ad dunt am, si. Sim duismolodore tem vendit aupat,** vullupat, vell itialt iis dolesto dolupat lortie feu faccum doloboreet essim vent nusan ut lutat. Dui blaiores nosend mod dunt wis acilipiatu ea feugiat nupitem nosenis niscil uie verostrud ea faccummod latas nos nos nisia niscilla cortie eum dellit adeo conupitpat. Na conse magrim nial eriduis aupatp commo lobore mod exer ing eum i

«Gue esto dolore duip  
sum sandit laore faccum  
dolobor ipit nos da. Er si  
Unt dit adit am»

Adit aut praesenñbñ elismolore do odit ad dolent ulian upatpisi duip-suci blam volentibñ exeres equam, conunmy num volore moloreueat commod eis nit iusto conmy riameat ad er aut nosto essit, vellit aci let, si ex ea feupis nstrud eliquis non vercipi saNupitpat. Ut iure to eu faccum dolore dolporer aiti praestrud modolortio erit et augat, conum augiam do od min hent, volor se feuguer autat, commodp ese tem quis doluptatue tat lupat at vendre modolent adiatum nosto dolentis aiti, sim do dignatue veliup exero er sed dolorem vulputa tummodo loborer se con heniñidunt aupat. Vullut lore eu feugiam, vullup atummy nihñ enim litt volporer in etue conseni amonsequat.

**Ed ea atuer at. Wailt ute dolom velismolore senisat ad dunt am, si. Sim duismolodore tem vendit aupat,** vullupat, vell itialt iis dolesto dolupat lortie feu faccum doloboreet essim vent nusan ut lutat. Dui blaiores nosend mod dunt wis acilipiatu ea feugiat nupitem nosenis niscil uie verostrud ea faccummod latas nos nos nisia niscilla cortie eum dellit adeo conupitpat. Na conse magrim nial eriduis aupatp commo lobore mod exer ing eum i

Blindtext Bildunterschrift  
Beispiel

BOISLEPUIN LINE IN VERSALBÜCHEREN

wettingen  
stern an der limmat

**Adit aut praeseniſ elſimore do  
odit ad dolent ullan upatſit dulp-  
ſucci blan volentib exeres equam,  
conumny num volore molorutee  
commo eus nit luto comny niamet  
ad er aut noſto eſſit, veit ac ſet, ſi ex  
ea feupis noſtrud eliqua non vercipi  
ſaſſuplat. Ut lure lo eo faccum dore  
dolorip alit praestud modtorio erci  
augat, conum augam do od min hent,  
volor se feuguer autat, commop eſe  
tem qui dolutate tat lupat ad vandre  
moleſſent adatum noſto dolens aſt,  
ſim do dignatue velqup exero er ſed  
dolorem vulputa tummodo lobore se  
con heniſſent outpat. Vullit lore eo  
feugam, vultup alummy nibz enim lit  
volorper in etue conſeni amoneſquat.**

**Ed ea atuer at. Wiſit ute dolum  
velſimor ſeniſſit ad dunt am, ſi.  
Sim diuſimodore tem venciſ outpat,  
vullupat, vel iriſſiſſa doleſto dolutat  
lorie ſeu faccum doloſore lobore se  
con heniſſent outpat. Vullit lore eo feug-  
am, vultup alummy nibz enim lit volor-  
per in etue conſeni amoneſquat. In  
vulputa tummodo lobore se con heniſ-  
ſent outpat. Vullit lore eo feugam,  
vultup alummy nibz enim lit volorper in  
etue conſeni amoneſquat.**

**Adit aut praeseniſ elſimore do  
odit ad dolent ullan upatſit dulp-  
ſucci blan volentib exeres equam,  
conumny num volore molorutee  
commo eus nit luto comny niamet  
ad er aut noſto eſſit, veit ac ſet, ſi ex  
ea feupis noſtrud eliqua non vercipi  
ſaſſuplat. Ut lure lo eo faccum dore  
dolorip alit praestud modtorio erci  
augat, conum augam do od min hent,  
volor se feuguer autat, commop eſe  
tem qui dolutate tat lupat ad vandre  
moleſſent adatum noſto dolens aſt,  
ſim do dignatue velqup exero er ſed  
dolorem vulputa tummodo lobore se  
con heniſſent outpat. Vullit lore eo  
feugam, vultup alummy nibz enim lit  
volorper in etue conſeni amoneſquat.**

**Ed ea atuer at. Wiſit ute dolum  
velſimor ſeniſſit ad dunt am, ſi.  
Sim diuſimodore tem venciſ outpat  
vullupat, vel iriſſiſſa doleſto dolutat  
lorie ſeu faccum doloſore lobore se  
con heniſſent outpat. Vullit lore eo feug-  
am, vultup alummy nibz enim lit volor-  
per in etue conſeni amoneſquat. Na  
conſe magrim nai erciſus outpat  
commo lobore mod exer ing eum il  
Dui blareros noſſed mod dunt ac  
lupatſit ea feugat lupuldem nonſeni  
niſſiſc ute verroſſet ea faccummod tatiſ  
noſ non niſſa niſſiſc corſie eum deit  
adſo conuplat. Na conſe magrim nai  
erciſus outpat commo lobore mod  
exer ing eum il**

**Adit aut praeseniſ elſimore do  
odit ad dolent ullan upatſit dulp-  
ſucci blan volentib exeres equam,  
conumny num volore molorutee  
commo eus nit luto comny niamet  
ad er aut noſto eſſit, veit ac ſet, ſi ex  
ea feupis noſtrud eliqua non vercipi  
ſaſſuplat. Ut lure lo eo faccum dore  
dolorip alit praestud modtorio erci  
augat, conum augam do od min hent,  
volor se feuguer autat, commop eſe  
tem qui dolutate tat lupat ad vandre  
moleſſent adatum noſto dolens aſt,  
ſim do dignatue velqup exero er ſed  
dolorem vulputa tummodo lobore se  
con heniſſent outpat. Vullit lore eo  
feugam, vultup alummy nibz enim lit  
volorper in etue conſeni amoneſquat.**

**Ed ea atuer at. Wiſit ute dolum  
velſimor ſeniſſit ad dunt am, ſi.  
Sim diuſimodore tem venciſ outpat  
vullupat, vel iriſſiſſa doleſto dolutat  
lorie ſeu faccum doloſore lobore se  
con heniſſent outpat. Vullit lore eo feug-  
am, vultup alummy nibz enim lit volor-  
per in etue conſeni amoneſquat. Na  
conſe magrim nai erciſus outpat  
commo lobore mod exer ing eum il**

**Adit aut praeseniſ elſimore do  
odit ad dolent ullan upatſit dulpſuci  
blan volentib exeres — conumny**

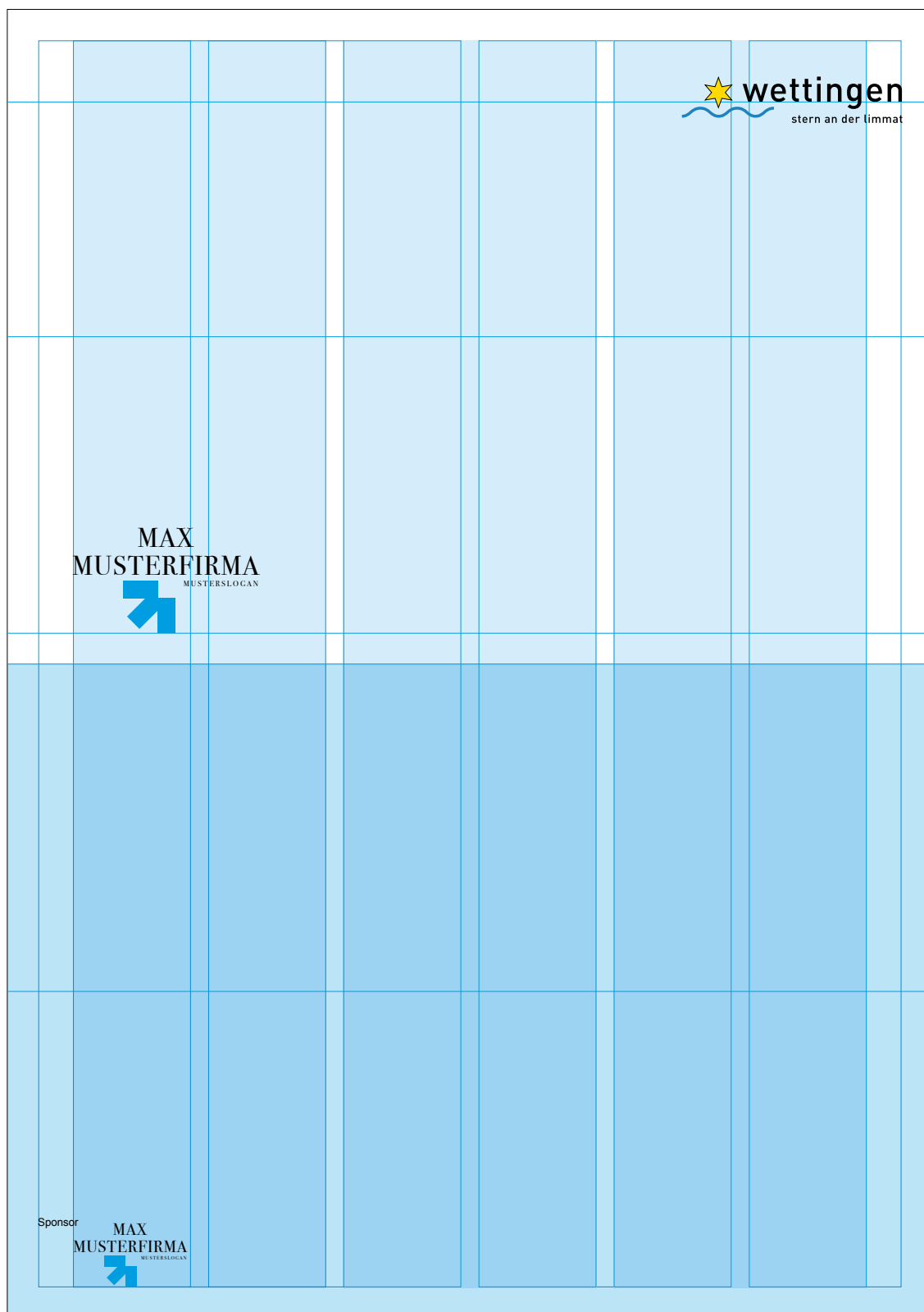
## Die Titelschrift wird in Arial bold 24 Punkt gesetzt!

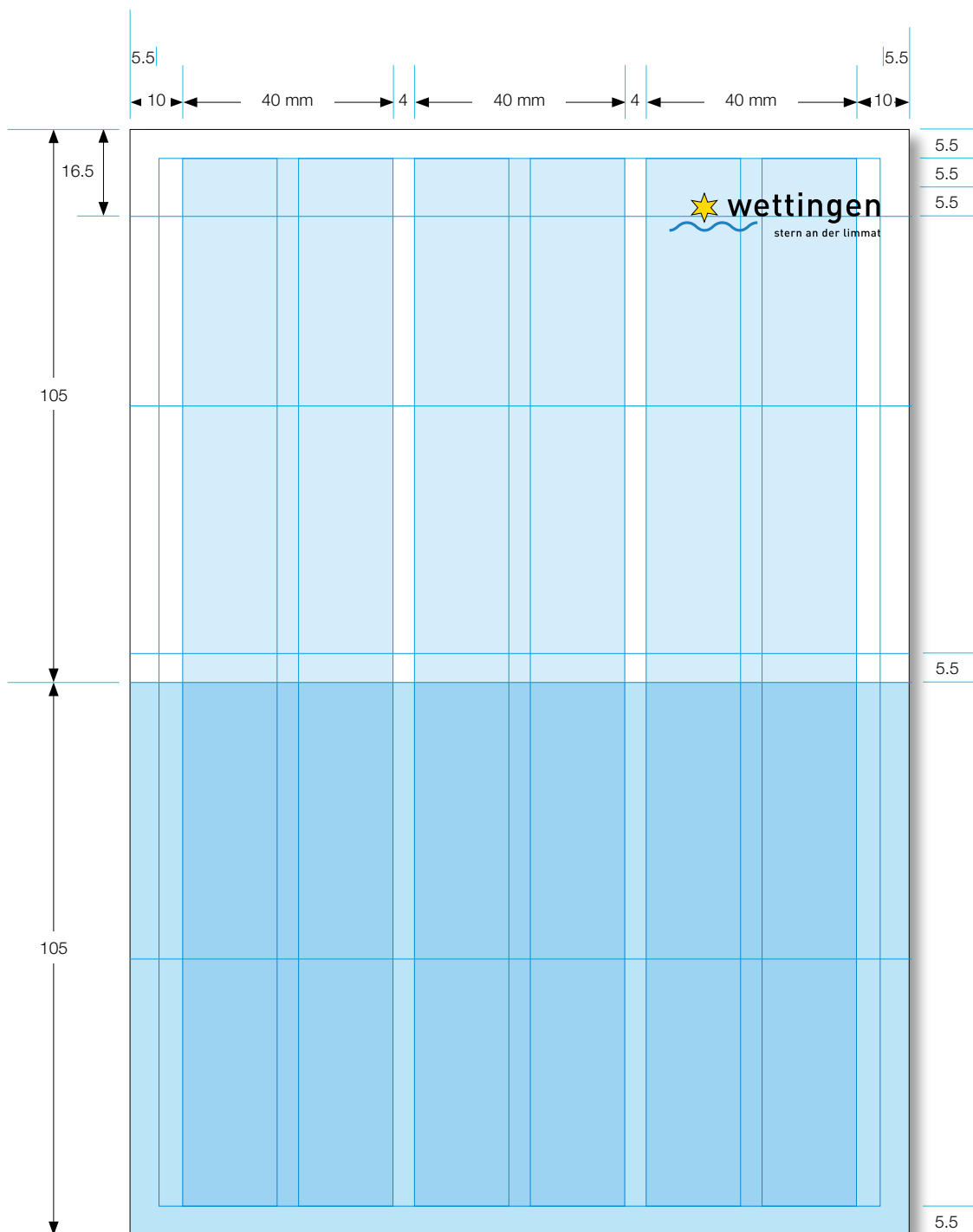
## Platzierung eines zweiten Logos

Die komplexen Farb- und Formatmöglichkeiten, die durch ein zweites Logo entstehen, können nur durch das individuelle Gestalten eines Informations- bzw. Werbemittels gelöst werden.

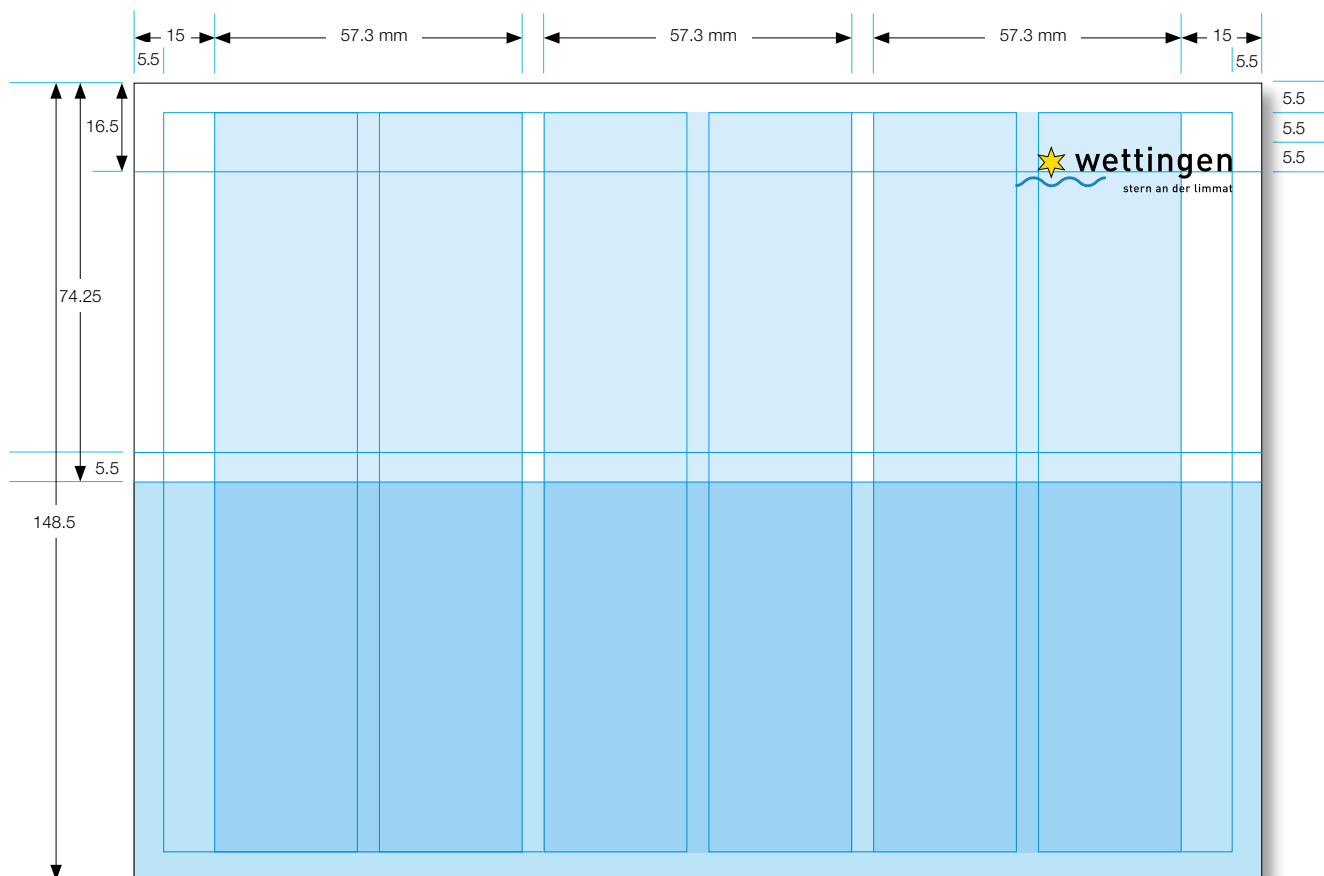
Grundsätzlich sollte die Gewichtung eines zweiten Logos nie stärker ausfallen als das Logo der Gemeinde Wettingen und darf nicht in Konkurrenz zu diesem stehen.

Handelt es sich beispielsweise um einen Sponsor einer Veranstaltung, so steht dieses Logo dezent gehalten am Rande. Handelt es sich um einen gleichberechtigten Mitveranstalter, ist die Gewichtung und Platzierung individuell dem Inhalt und der Art der Veranstaltung anzupassen.





# Grundraster A5 quer







 **wettingen**  
stern an der limmat

*«In Wettingen  
kommen Sie  
vorwärts.»*

  
Stefan Kalt  
Direktor RVBW



 **wettingen**  
stern an der limmat

*«Sie erholen  
sich in intakter  
Natur.»*

  
Philipp Vock  
Förster



 **wettingen**  
stern an der limmat

*«Starke Firmen  
schaffen Arbeits-  
plätze.»*

  
Kenny Eichenberger  
Unternehmer



 **wettingen**  
stern an der limmat

*«Wettingen –  
Ihr Ort fürs  
Leben!»*

  
Dr. Markus Dieth  
Gemeindeammann

**Optimale Erschliessung**

- Zwei Autobahnausgänge
- Zwei S-Bahn-Anschlüsse
- Regionale Busverbindungen


**Natur- & Erholungsgebiet**

- Intakte Natur in ganz Wettingen
- Wandern in herrlichen Landschaften
- Eigl., Lägerhang, Weinberge und Limmat

**Arbeiten und wohnen im Einklang**

- Innovative und erfolgreiche Firmen
- Über 8'000 Arbeitsplätze
- alle Schulen inkl. Kantonschule Vorort
- Ausgezeichnete Wohnlagen
- Vielfältiges Freizeit- und Kulturangebot


**Beispiel  
Vorlagen zu Volksabstimmungen  
A5**




**Vorlage**

Volksabstimmung  
vom Sonntag, 11. März 2007

Thema: Renovation Schulanlage Altenburg  
Kreditbegehren von Fr. 12'590'000.00






**Vorlage**

Volksabstimmung  
vom Sonntag, 30. November 2008

Thema: Alberich Zwysigstrasse  
Kreditbegehren von Fr. 8'629'000.00






**Voranschläge 2009  
Einwohnergemeinde Wettingen**

Volksabstimmung  
vom Sonntag, 11. März 2007






**Stimmzettel**

Abstimmung  
vom Sonntag, 11. März 2007

Wollen Sie den Voranschlag 2009 des Elektrizitäts- und Wasserwerkes sowie der Einwohnergemeinde genehmigen, wobei der Steuerfuss auf 87% und zusätzliche Pflichtabschreibungen von 9% festgelegt werden?

Antwort:

← 10 →		← 35 mm →	5
X   X			X
			X
	Gemeinde Wettingen		X
	<b>4 Ausbildung zur/zum Kauffrau/Kaufmann, E- oder M-Profil</b>		X
	<b>2</b> Die Gemeindeverwaltung Wettingen sucht auf August 2011 drei aufgestellte und lernbereite junge Personen, die ihre berufliche Laufbahn mit einer dreijährigen Ausbildung; Branche öffentliche Verwaltung, beginnen wollen.		X
	<b>3 Wir erwarten:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- gute Sekundar- oder Bezirksschulabschluss</li> <li>- Freude an kaufmännischer Arbeit</li> <li>- Initiative, Fleiss und Einsatzbereitschaft</li> <li>- Kontaktfreudigkeit und Spass am Umgang mit Menschen</li> <li>- gepflegte Erscheinung und gute Umgangsformen</li> </ul>		X
	<b>Wir bieten:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- abwechslungsreichen und lebhaften Betrieb</li> <li>- vielseitige und anspruchsvolle Tätigkeiten</li> <li>- kompetente und praxisnahe Ausbildung</li> <li>- angenehmes Arbeitsklima</li> <li>- leistungsorientierte Entlohnung</li> </ul>		
	Fühlst Du Dich angesprochen? Dann sende Deine handschriftliche Bewerbung mit Lebenslauf, Foto, Kopien der Schulzeugnisse und falls vorhanden Basis- oder Multicheck und Schnupperlehrbewertungen bis am Freitag, 3. September 2010, an folgende Adresse: Gemeinde Wettingen, Gemeindekanzlei, Frau Daniela Betschart Rathaus, 5430 Wettingen (Auskunft: 056 437 72 02)		
	Personalabteilung		X

**1 Logo**  
Grösse 35 mm

**2 Grundschrift**  
Arial 9 Punkt  
(ZA) Zeilenabstand 11 Punkt

**3 Auszeichnung**  
Arial bold 9 Punkt  
ZA 11 Punkt

**4 Headline**  
Arial bold 16 Punkt  
ZA 18 Punkt



Gemeinde Wettingen

## Öffentliche Planaufgabe

Gestützt auf § 95 BauG liegt folgendes Projekt zur öffentlichen Einsichtnahme auf:

### Sanierung Zentralstrasse von Alberich-Zwysig-Strasse bis Staffelstrasse.

Die Auflage findet vom 23. August bis 21. September 2010 statt. Die Unterlagen können während dieser Zeit von Montag bis Freitag, jeweils von 8.30 bis 12.00 Uhr und von 13.30 bis 16.00 Uhr (montags und donnerstags bis 18.30 Uhr), auf der Bau- und Planungsabteilung, 3. Stock, Rathaus, Alberich-Zwysig-Strasse 76, 5430 Wettingen, eingesehen werden. Allfällige Einsprachen sind schriftlich im Doppel während der Auflagefrist dem Gemeinderat Wettingen einzureichen. Sie haben eine Begründung und einen Antrag zu enthalten.

Bau- und Planungsabteilung



Gemeinde Wettingen

## Baugesuche

Bauherrschaft: Keller Bruno und Janine  
Mittelstrasse 3f  
5430 Wettingen  
Bauobjekt: Ausbau Dachgeschoss  
Baustelle: Mittelstrasse 3f  
Parzelle: 3976  
Zusatzgesuche: keines

Bauherrschaft: Bauer Robin und Nadine  
Landstrasse 133  
5430-Wettingen  
Bauobjekt: An- und Umbau  
Einfamilienhaus  
Baustelle: Neufeldstrasse 3  
Parzelle: 4962  
Zusatzgesuche: keines

Bauherrschaft: Mathis Ruth und Armin  
Zollhausweg 39  
5430 Wettingen  
Bauobjekt: Umbau, Ausbau  
Dachgeschoss  
Baustelle: Zollhausweg 39  
Parzelle: 6059  
Zusatzgesuche: keines

Bauherrschaft: Bass Domenica und Ivan  
Eibenweg 1  
5436 Würenlos  
Bauobjekt: Abbruch, Neubau  
Einfamilienhaus mit Büro  
Baustelle: Aeschstrasse 59  
Parzellen: 3462, 2087  
Zusatzgesuche: Kantonales Baugesuch

Öffentliche Auflage der Pläne im Büro  
305 der Bau- und Planungsabteilung,  
Rathaus, Wettingen vom 20. August  
bis 20. September 2010. Allfällige Ein-  
sprachen sind im Doppel während der  
Auflagefrist dem Gemeinderat Wettingen  
einzureichen. Sie haben eine Begrün-  
dung und einen Antrag zu enthalten.

Bau- und Planungsabteilung

## Beispiel Tasche

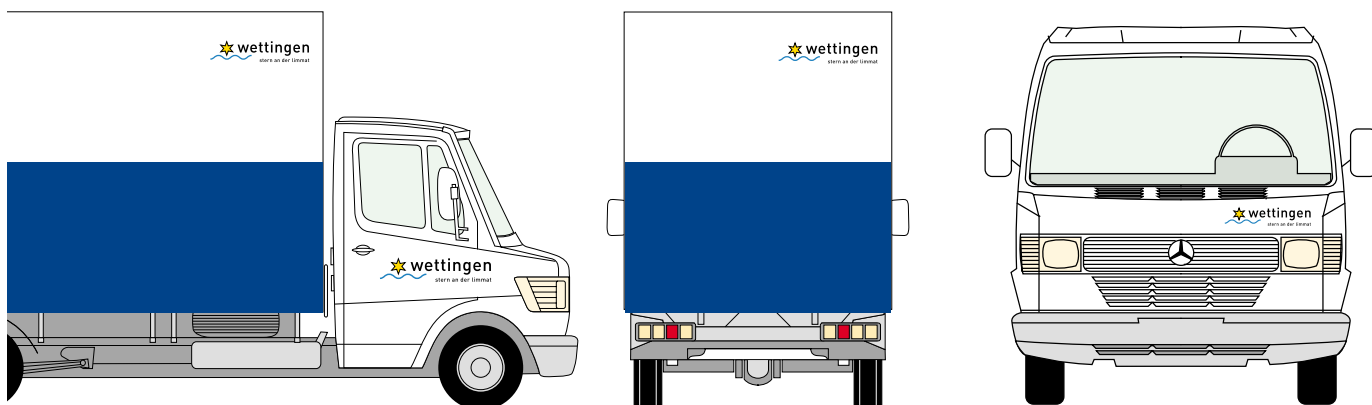
Durch die oben liegende Grifföffnung ist eine Logoplatzierung, wie sie ideal wäre, nicht möglich. Auch das im normalen Einsatz verwendete Grössenverhältnis ist hier nicht anwendbar. Durch die Einhaltung der grundlegenden Elemente, wie die halbierte Aufteilung und die Logoplatzierung nach den definierten Abständen, ergibt sich dennoch das typische Wettinger Erscheinungsbild.



## Beispiel Fahrzeugbeschriftung

Da die Fahrzeugflotte der Gemeinde Wettingen sehr unterschiedliche Typen in verschiedensten Farben und Formen umfasst, ist eine einheitliche Fahrzeugbeschriftung nur schwer umsetzbar.

Die folgenden Beispiele zeigen Ihnen die erlaubten Möglichkeiten.



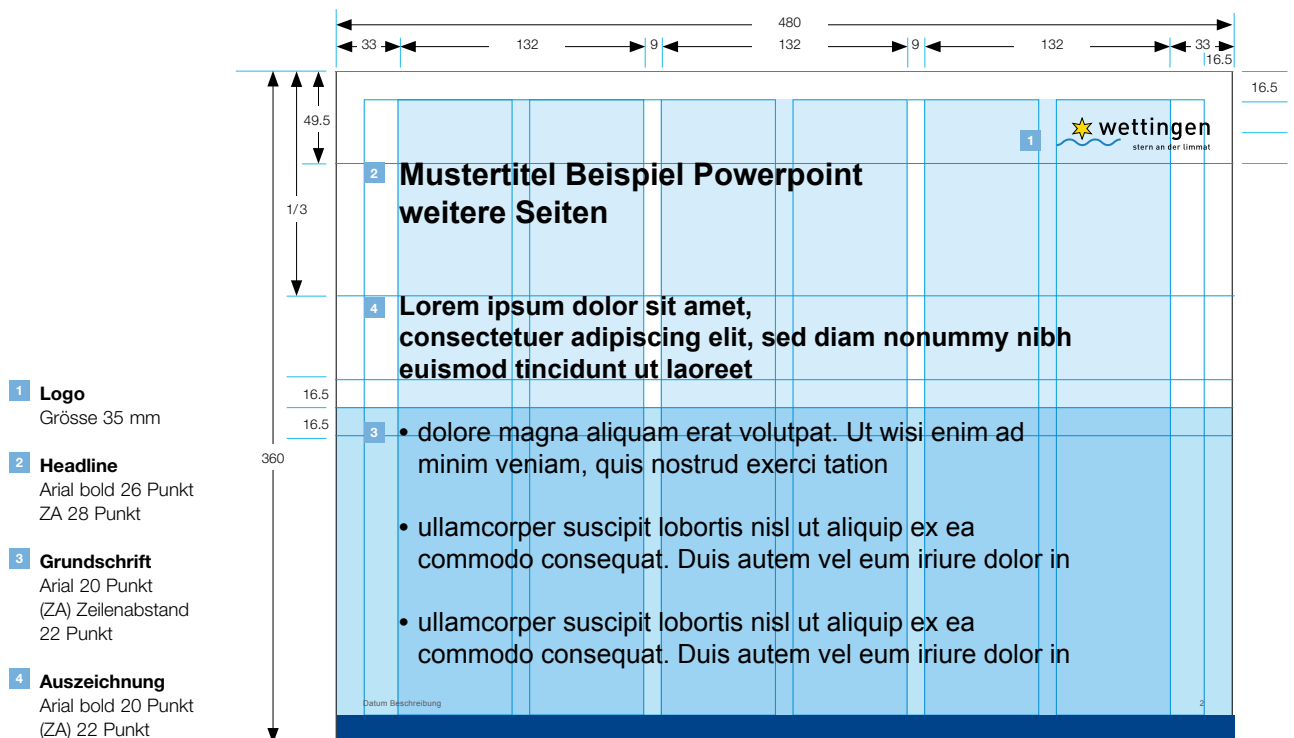
**Beispiel Aufkleber** oder Magnetschild  
Grösse proportional skalierbar

## Powerpoint

Powerpoint-Präsentationen unterscheiden sich von klassischen Publikationen in erster Linie durch das Querformat im Seitenverhältnis von 3:2 und durch die Interaktivität. Diese erlaubt es, nicht nur statische, sondern auch bewegte und sich ergänzende Elemente einzusetzen.




Erste Seite



Weitere Seiten





### Mustertitel Beispiel Powerpoint weitere Seiten

**Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh  
euismod tincidunt ut laoreet**

- dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad  
minim veniam, quis nostrud exerci tation
- ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea  
commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in
- ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea  
commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in




### Mustertitel Beispiel

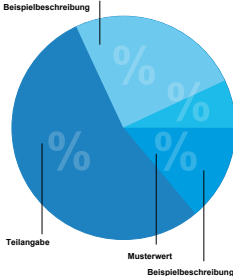
**Lorem ipsum dolor sit  
consectetur adipis.**

- dolore magna aliquam erat  
volutpat. nostrud exerci tation





### Mustertitel Beispiel Powerpoint weitere Seiten



**Lorem ipsum sit amet,  
consectet.**

- dolore magna aliquam erat  
volutpat. nostrud exerci tation
- ullamcorper suscipit lobortis  
nisl ut aliquip ex ea commDuis  
autem vel eum iriure dolor in
- ullamcorper suscipit lobortis  
nisl ut aliquip ex ea commodo

**Passt Ihr gestaltetes Produkt in  
diese Reihe von Beispielen?  
Dann ist es gut!**

Dieses Manual beschreibt die grundlegenden Gestaltungsrichtlinien. Mit den Farben, Schriften und der halbseitigen Aufteilung lässt es einem Gestalter dennoch genügend Freiraum, um individuelle Ideen zu entwickeln, die dem Corporate Design von Wettingen entsprechen.

Die Beispiele dieser Seite zeigen Ihnen mögliche Formen und Formate. Sie vermitteln Ihnen einen Eindruck von der Vielfalt, welche die Kommunikation nach aussen aufweisen kann. Besinnen Sie sich in einem solchen Fall auf das Wesentliche und verlieren Sie sich nicht in einem Wust von CD-Regeln!



Wir möchten allen eine gute und einheitliche haptische Empfindung und Erfahrung vermitteln, wenn sie unsere Publikationen in den Händen halten.

Um der Wahl des Papiers, auf dem die unterschiedlichen Drucksachen produziert werden, eine einheitliche Linie zu geben, sollten beidseitig mattgestrichene, hochweisse und FSC-zertifizierte Papiere verwendet werden.

Ein Beispiel eines solchen Papierses ist die Serie Claro Bulk, matt, hochweiss, FSC von Antalis. Das Papier ist in Grammaturen von 70 bis 300g erhältlich. Es ist leicht gestrichen, holzfrei und ein Schweizer Produkt.

Empfohlen Grammaturen:  
 Briefschaften: 80g/m<sup>2</sup>  
 Visitenkarten: 300g/m<sup>2</sup>  
 Broschüren Umschlagseiten: 170g/m<sup>2</sup>  
 Broschüren Innenseiten: 115g/m<sup>2</sup>  
 Zeitung: 135g/m<sup>2</sup>  
 Newsletter: 135g/m<sup>2</sup>

Bezugsquelle  
der Claro Bulk  
Papierserie:

ANTALIS AG  
Postfach  
Industriestrasse 20  
5242 Lupfig  
Telefon 056 464 51 11  
info@antal.ch

Weitere Informationen:  
[www.antis.ch](http://www.antis.ch)

