

Stadtgemeinde Ansfelden

Brand Manual

Stand: Februar 2023


Ansfelden
Wir san Ans.



Die Vorteile von Gestaltungsrichtlinien

Mit dem neuen Corporate Design präsentiert sich die Stadtgemeinde Ansfelden der Öffentlichkeit als moderne, wertige Stadt mit Gestaltungsdynamik und vielfältigem Angebot. Im Mittelpunkt steht immer der Mensch.

Neue Gestaltungsmerkmale, wie Logos, Schriften und Maßangaben wurden festgelegt, um den optischen Wiedererkennungswert zu steigern.

Damit die Stadtgemeinde Ansfelden als Absender ihrer Werbemittel sofort erkannt wird, ist es wichtig, dass die in diesem Manual angeführten Richtlinien bei der Gestaltung eingehalten werden.

Alle Kommunikationsmaßnahmen der Stadtgemeinde Ansfelden sind durch Professionalität, Authentizität und klare Botschaften geprägt.

Dies ergibt für textlich und grafisch kommunizierte Inhalte folgende Vorgaben:

- keine Verletzung religiöser Gefühle
- kein Rassismus oder Sexismus
- keine Herabwürdigung von Mitbewerber:innen, Institutionen, Parteien, Personen, Sitten und Gebräuchen
- keine Nutzung von Medien, die diesen Richtlinien nicht entsprechen
- Texte und Bilder müssen rasch erfassbar und unmissverständlich sein
- Bilder müssen themenrelevant sein und die Botschaft unterstützen
- unpassender oder kontroverser Humor sind zu vermeiden
- Kontaktdaten (Internet-Adresse, Anschrift, Telefon, E-Mail) müssen angegeben werden

Bedeutung von CI/CD für Städte und Gemeinden

- Eine starke Markenpräsenz verleiht die nötige Kontinuität, um eine unverwechselbare Markenpersönlichkeit zu positionieren und den Ausdruck des einzigartigen Charakters zu kreieren.
- Dadurch profitiert der Standort doppelt: Bürger:innen ermöglicht es eine bessere Identifikation, bei ortsfremden Stakeholdern (privat und wirtschaftlich) werden Statusvorstellungen und Begehrlichkeiten geschaffen.
- Die Gemeinde und ihre Leistungen werden positiver bewertet, man schreibt ihr mehr Professionalität und Kompetenz zu.
- Es ermöglicht einen Schwerpunkt in der Wahrnehmung zu setzen und falsche Assoziationen zu korrigieren.
- Es kann Innovator und Impulsgeber im Change Prozess sein.

Die Marke der Stadtgemeinde Ansfelden

Gemeinsam mit der Bevölkerung der Stadtgemeinde Ansfelden wurde die Marke Ansfelden entwickelt. Dabei formierten sich aus folgenden Bereichen Teams, mit denen jeweils ein Workshop veranstaltet wurde:

- **Stadtverwaltung**
- **Politik**
- **Kultur | Bildung | Sport**
- **Senioren | Jugend**
- **Wirtschaft | Soziales**
- **Wirtschaftstreibende**

Durch die strategischen Kernerkenntnisse aus den abgehaltenen Workshops wurde die Positionierung der Marke Ansfelden festgelegt.

Positionierung:

Die Marke Ansfelden handelt aufgrund von klaren Strukturen und bringt ein Team auf den richtigen Weg (zurück). Sie steht zu ihrem Wort und handelt verantwortungsvoll im Spagat zwischen traditionell-konservativen Werten und zukünftigen Entwicklungen. Sie verteidigt bestehende

Prinzipien und versucht Überraschungen so gut wie möglich zu vermeiden. Sie übernimmt sowohl (be)schützende wie auch repräsentative Aufgaben ohne jede Form der Oberflächlichkeit. Sie entscheidet über Strukturen und verantwortet einen reibungslosen Ablauf. Sie selbst erledigt Aufgaben stets mit gegebenem Fleiß und Beständigkeit.

Sprache:

Die Sprache der Marke Ansfelden ist von planvollem Vorgehen geprägt. Sie zeigt Wege auf, die für die Gemeinschaft Erfolg versprechend sind – und vereint in ihren Worten die Bedeutung bestehender Strukturen mit den nötigen Entscheidungen für die Zukunft.

Die Marke trifft verbindliche Aussagen und räumt jedem Gesprächspartner den benötigten Raum ein. Sie verzichtet auf jede Form der Superlative und nutzt die freundliche Wirkung von Konjunktiven und sprachlichen Weichmachern, um kommunikative Einladungen auszusprechen.

Strategie

In Ansfelden liegt aufgrund der großen Diversität eine gemeinsame Kraft. Die Ansfeldner:innen sind alle unterschiedlich und dadurch auch alle gleich. Die Bewohner:innen sind als Einzelperson verschieden, aber zusammen stark. Denn die Menschen von Ansfelden haben eines gemeinsam:

ihren Wohnort Ansfelden. Diese Gemeinsamkeit bewusst zu machen und zu zeigen ist besonders wichtig.

Markenkern

Ansfelden ist eine außergewöhnliche Stadt, in der die Verwaltung und Politik alles geben, um den Bewohner:innen eine hohe Lebensqualität zu bieten: **urbane Strukturen und ein naturnahes Umfeld, verschiedene Arbeitswelten sowie familienfreundliche Voraussetzungen** und ein **respektvolles Miteinander**.

Ansfelden ist von Menschen mit **unterschiedlichen Geschichten geprägt**. Hier haben alle die Möglichkeit, sich individuell zu entwickeln. Die **vielen aktiven Vereine** bilden dabei die treibende Kraft **für eine (neu entstehende) Gemeinschaft**. Eine optimale Verkehrsanbindung und die Wach-

tumspotentiale für Unternehmen und Arbeitnehmer:innen machen Ansfelden außerdem zur **attraktiven Wirtschaftsstadt**.

Aus diesen Voraussetzungen entsteht in Zukunft ein facettenreiches, gemeinschaftliches Miteinander: Unterschiede werden bewusst angenommen und **alle Bürger:innen spüren eine Verbindung zum neuen Wir – sie sind stolz darauf, Ansfeldner:innen zu sein**.

Der Claim

Wir san Ans.

Der Claim „Wir san Ans.“ bezieht sich auf das **bewusste Annehmen der Unterschiede** aber **vor allem auf die Gemeinsamkeiten**. „Ich bin Haider. Du bist Nettingsdorfer. Aber eines haben wir gemeinsam: Wir sind alle Ansfeldner. Wir sind alle Ans.“

Dabei kann das „Ans“ **auf unterschiedliche Weise interpretiert** werden, einerseits als Gemeinschaft, andererseits als **Nummer 1** oder aber auch als **Referenz** und wörtliche Abkürzung auf die Stadtgemeinde Ansfelden. Damit hat der

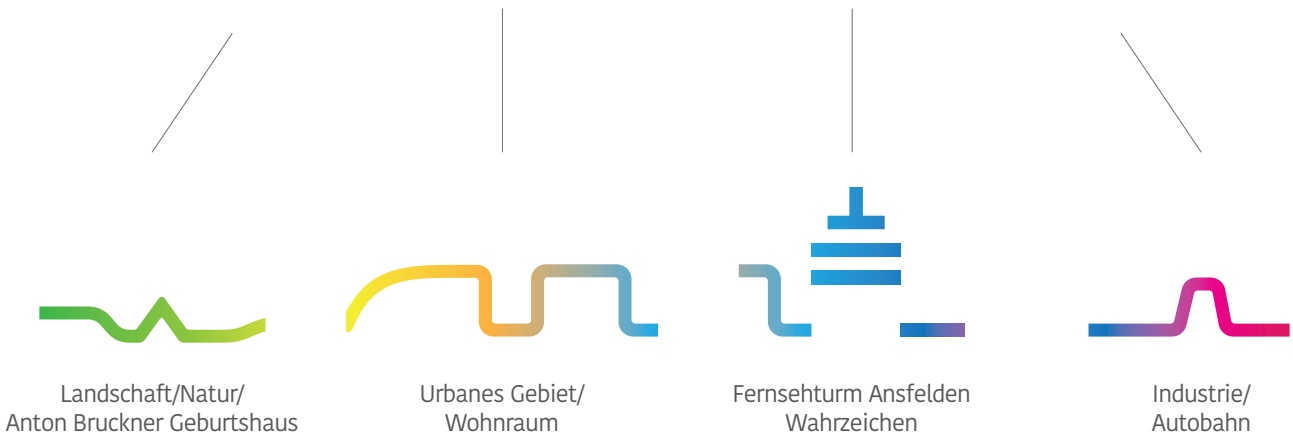
Claim eine ganz klare **Alleinstellung**. Der Claim kann nicht gleichermaßen authentisch von einer anderen Marke besetzt werden und bietet **Spielraum für Storytelling**. Er ist **mutig und selbstbewusst**, schafft es aber gleichzeitig, zu **verbinden** und steht für ein **neues Wir**.

Inhalts- verzeichnis

- 
1. LOGO
 2. FARBDEFINITION
 3. TYPOGRAFIE
 4. BILDERWELT
 5. GESCHÄFTSDRUCKSORTEN
 6. DRUCKSORTEN
 7. DIGITAL
 8. SOCIAL MEDIA
 9. BEKLEIDUNG
 10. WERBEMITTEL
 11. FUHRPARK
 12. BESCHILDERUNG

1. Logo

1.1 Aufbau



Das Logo für die Stadtgemeinde **referenziert die „Skyline“** von Ansfelden von der naturbelassenen Hügellandschaft über die starke Wirtschaftsregion, hin zur charakteristischen Kirche und dem **emotional besetzen Symbol** für das Heimkommen nach Ansfelden, dem **Fernsehturm**.

Die Skyline ist **kraftvoll bunt**, so wie auch Ansfelden bunt und vielseitig ist. Ein klarer, **moderner aber gleichzeitig nahbarer Schriftzug** ergänzt das vielschichtige Symbol. Für die einzelnen Bereiche innerhalb der Stadtgemeinde gibt es eine **farblich codierte Markenarchitektur**.

1. Logo

1.2 Mindestgrößen



Mindestgröße Logo mit Claim

Um eine gute Lesbarkeit zu garantieren, sollte das Logo eine Höhe von mindestens 19 mm haben.



Mindestgröße Logo ohne Claim

Um eine gute Lesbarkeit zu garantieren, sollte das Logo eine Höhe von mindestens 9 mm haben.

PRINT



Mindestgröße Logo mit Claim

Um eine gute Lesbarkeit zu garantieren, sollte das Logo eine Höhe von mindestens 55 px haben.



Mindestgröße Logo ohne Claim

Um eine gute Lesbarkeit zu garantieren, sollte das Logo eine Höhe von mindestens 35 px haben.

WEB

1. Logo

1.3 Schutzraum & Abstände



Schutzraum

Um sich von anderen Design-elementen bzw. Logos abgrenzen zu können, benötigt das Logo einen Schutzraum von „1x“ links, rechts, oben und unten.

1. Logo

1.4 Logovariationen

MIT CLAIM



OHNE CLAIM



Positive Farbvariante

Wenn möglich wird immer die Farbvariante mit grauem Ansfelden Schriftzug und farbiger Skyline verwendet.



Graue Variante

80%-iger Schwarzton auf weißem Hintergrund – speziell für Graustufendruck.



Positive Farbvariante auf dunklem Hintergrund

Wenn möglich wird die Farbvariante mit weißem Ansfelden Schriftzug und farbiger Skyline verwendet.



Negative Farbvariante auf farbigem Hintergrund

Weißer Schriftzug auf farbigen Flächen/Bildern.

1. Logo

1.4 Logovariationen

LOGO ENGLISCH



SUBLOGOS



1. Logo

1.5 Falschanwendungen



nicht proportionale Skalierung



zusätzliche grafische Elemente



zusätzliche Effekte



drehen und neigen

2. Farbdefinition

2.1 Primärfarben

Grau



CMYK

C	0
M	0
Y	0
K	80

RGB

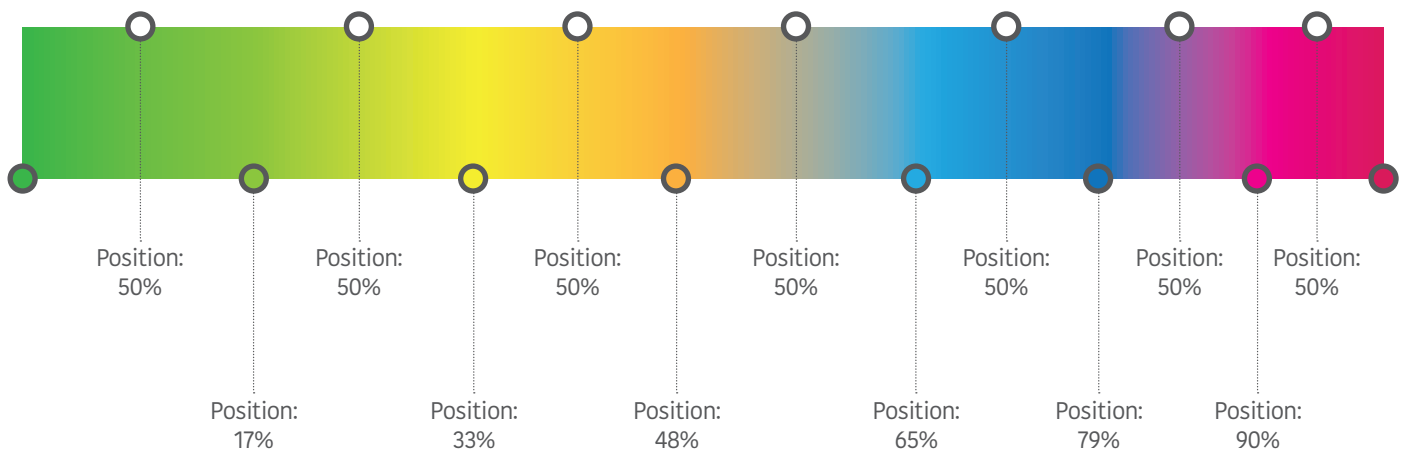
R	94
G	94
B	94

#5e5e5e

Pantone

PANTONE Black C 80%

Farbverlauf



genaue Farbdefinitionen
siehe nächste Seite

2. Farbdefinition

2.2 Farben Verlauf

Grün

RGB: 56 / 170 / 52

CMYK: 75 | 0 | 100 | 0

Hellgrün

RGB: 149 / 193 / 28

CMYK: 50 | 0 | 100 | 0

Gelb

RGB: 248 / 234 / 24

CMYK: 5 | 0 | 90 | 0

Orange

RGB: 249 / 178 / 49

CMYK: 0 | 35 | 85 | 0

Hellblau

RGB: 44 / 170 / 225

CMYK: 70 | 15 | 0 | 0

Blau

RGB: 14 / 113 / 184

CMYK: 85 | 50 | 0 | 0

Magenta

RGB: 229 / 0 / 125

CMYK: 0 | 100 | 0 | 0

Himbeerrot

RGB: 213 / 7 / 81

CMYK: 10 | 100 | 50 | 0

3. Typografie

3.1 Kohinoor

Kohinoor
Für Headlines, Sublines
und Fließtexte

Anwendung der Schrift

Headlines in
Bold Italic

Sublines im
Schriftschnitt Regular

Fließtexte werden in
Regular/Italic und
Bold gesetzt

Anwendung der Ziffern

Regular

Book Italic

Bold Italic

Bold

A quick brown fox jumps over the lazy dog.

A quick brown fox jumps over the lazy dog.

A quick brown *fox jumps over* **the lazy dog.**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

3.2 Systemschrift Arial

Arial
Für Headlines, Sublines
und Fließtexte

Regular

Italic

Bold Italic

Bold

4. Bilderwelt

4.1 Stilistik & Farbanmutung



Die Auswahl an verwendeten Bildern für die Kommunikation ist ein Emotionskanal für die Marke und muss ihre Position mittragen, um einen einheitlichen und authentischen Auftritt zu unterstreichen.

Wichtig dabei ist:

- Verbundenheit und Lebensfreude werden in jedem Motiv mitgetragen.
- Wir zeigen nicht nur Orte oder Personen, sondern immer Situationen, in denen diese agieren.
- Gezeigt wird jener Moment, in dem Emotionen spürbar sind und bewusst wahrgenommen werden.
- Fotos bilden einen Augenblick des geistigen Innehaltens und bewussten Wahrnehmens der Umgebung und der Beziehungen in der Situation ab, einen Moment, den man festhalten möchte.
- Menschen stehen immer in Interaktion miteinander.
- Die Lichtstimmung ist warm.
- Tiefenunschärfen verleihen den Bildern mehr Dreidimensionalität und das Gefühl, diese angreifen zu können, quasi ins Motiv eintauchen/daran teilnehmen zu können.
- Es ist darauf zu achten, dass Menschen unterschiedlicher Altersgruppen und Typen zu sehen sind.
- Bei Stockphotos ist speziell auf eine authentische Darstellung der Personen und der Umgebung zu achten.

5. Geschäftsdrucksorten

5.1 Briefpapier Allgemein



Diese Briefpapiervariante wird bei Informations-schreiben verwendet. Sie hat einen klaren Image-kommunikationsauftrag.



Stadtamt Ansfelden
Hauptplatz 41
4053 Haid
stadtgemeinde@ansfelden.at

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
UID-Nr.: ATU 22520706
Gemeinde-Kennziffer: 41002

Allgemeine Sparkasse OÖ, BLZ 20320,
Konto-Nr. 17000-307013
IBAN: AT642032017000 307013
BIC: ASPKAT2L

ansfelden.at

5. Geschäftsdrucksorten

5.2 Briefpapier Stadtamt



Dieses Briefpapier wird für offizielle Schreiben des Stadtamtes (Rechnungen, Genehmigungen, etc.) verwendet. Es hat vor allem einen amtlichen Informationsauftrag in der Kommunikation.



Stadtamt Ansfelden
Hauptplatz 41
4053 Haid
stadtgemeinde@ansfelden.at

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
UID-Nr.: ATU 22520706
Gemeinde-Kennziffer: 41002

Allgemeine Sparkasse OÖ, BLZ 20320,
Konto-Nr. 17000-307013
IBAN: AT642032017000 307013
BIC: ASPKAT2L

ansfelden.at

5. Geschäftsdrucksorten

5.3 Briefpapier Bürgermeister



Dieses Briefpapier wird für offizielle Schreiben des Bürgermeisters verwendet. Es hat vor allem einen Informationsauftrag in der Kommunikation.



Stadtamt Ansfelden
Hauptplatz 41
4053 Haid
stadtgemeinde@ansfelden.at

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
UID-Nr.: ATU 22520706
Gemeinde-Kennziffer: 41002

Allgemeine Sparkasse OÖ, BLZ 20320,
Konto-Nr. 17000-307013
IBAN: AT642032017000 307013
BIC: ASPKAT2L

ansfelden.at

5. Geschäftsdrucksorten

5.4 Briefpapier Stadtbetriebe



Stadtamt Ansfelden
Hauptplatz 41
4053 Haid
stadtgemeinde@ansfelden.at

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
UID-Nr.: ATU 22520706
Gemeinde-Kennziffer: 41002

Allgemeine Sparkasse OÖ, BLZ 20320,
Konto-Nr. 17000-307013
IBAN: AT642032017000 307013
BIC: ASPKAT2L

ansfelden.at

5. Geschäftsdrucksorten

5.5 Kuvert C5/6



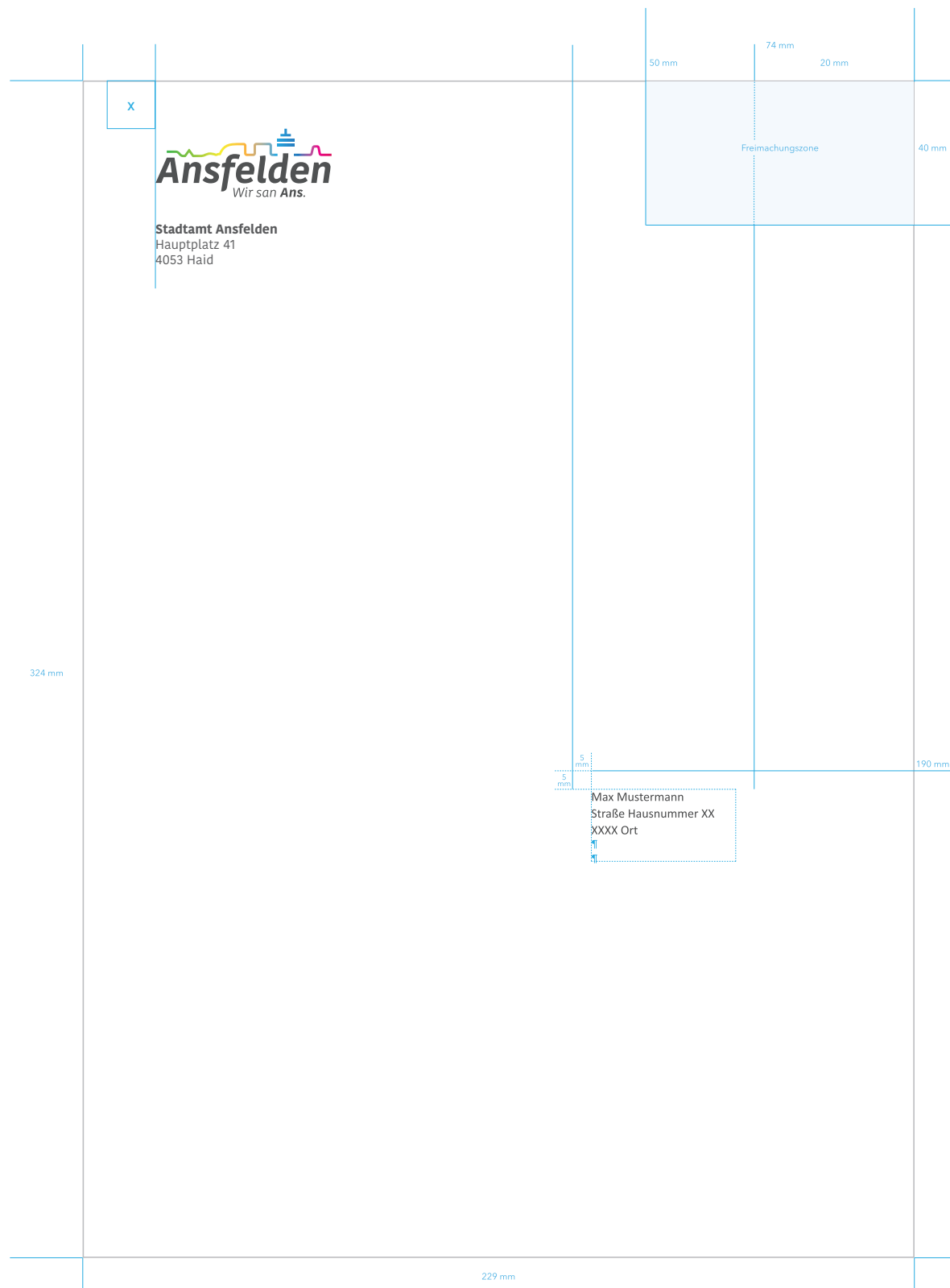
5. Geschäftsdrucksorten

5.6 Kuvert C5/6 Bürgermeister und Sublogos



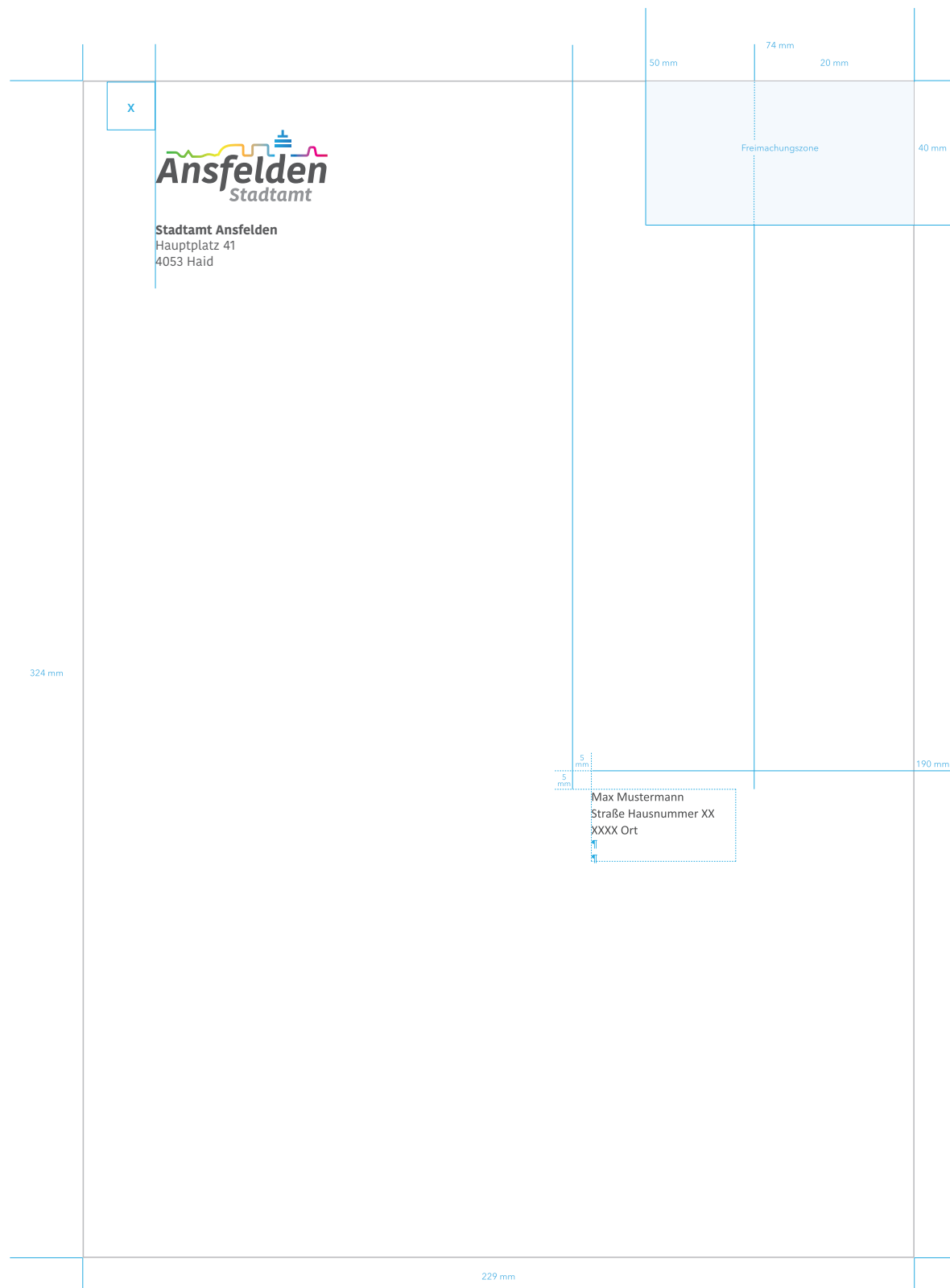
5. Geschäftsdrucksorten

5.7 Kuvert C4



5. Geschäftsdrucksorten

5.8 Kuvert C4 Stadtamt



5. Geschäftsdrucksorten

5.9 Amtsbericht



Vorlagennummer:

GG2-Fin/495/2020

Bearbeiter:

Schmidhuber, akad. VM Harald

Tel.: 07229/840-1210

E-Mail:

h.schmidhuber@ansfelden.at

02.12.2020

Amtsbericht

Eröffnungsbilanz zum 1.1.2020

Die Eröffnungsbilanz zum 1.1.2020 wurde gem. § 38 bis § 40 der Voranschlags- und Rechnungsabschlussverordnung 2015 (VRV 2015) und Artikel VI Abs. 3 Erstes Oö. VRV-Gemeinderechtsanpassungsgesetz 2019, LBGL 52/2019 erstellt.

Die Eröffnungsbilanz umfasst die erstmalige und vollständige Erstellung der Vermögensrechnung. Sie hat zum Stichtag 1. Jänner 2020 unter Beachtung der Grundsätze ordnungsgemäßer Vermögens- und Haushaltswirtschaft ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Schuldenlage der Stadtgemeinde Ansfelden zu vermitteln und ist vom Gemeinderat so zeitgerecht zu beschließen, dass sie spätestens bis zum 31. Dezember 2020 der Bezirkshauptmannschaft bzw. der Landesregierung vorgelegt werden kann.

Nachträglich erforderliche Korrekturen können bis spätestens fünf Jahre nach der Veröffentlichung der Eröffnungsbilanz vorgenommen werden und bedürfen der Beschlussfassung des Gemeinderates. Solche Korrekturen sind in der Nettovermögensveränderungsrechnung darzustellen. Mit dieser Beschlussfassung gilt die Eröffnungsbilanz als geändert. Vorherige Rechnungsabschlüsse sind nicht zu berichtigen.

Für die Erstellung und Beschlussfassung der Eröffnungsbilanz sowie allfälliger nachträglicher Korrekturen gelten die in der Oö. Gemeindeordnung 1990 in der Fassung dieses Landesgesetzes enthaltenen Bestimmungen über den Rechnungsabschluss sinngemäß.

Für die Erstellung der Eröffnungsbilanz sind – abgestimmt auf die Datenbasis – verschiedene Bewertungsmethoden anwendbar. Von folgenden Methoden hat die Stadtgemeinde Ansfelden Gebrauch gemacht:

Bewertungsmethoden Grundstücke:

Die Bewertung der Grundstücke erfolgte

- mit den tatsächlichen Anschaffungskosten gemäß § 24 (4) VRV 2015
- zum beizulegenden Zeitwert mittels Schätzwertverfahren (z.B. Grundstücksrasterverfahren) gemäß § 39 (3) VRV 2015.

1/2



Stadtamt Ansfelden

Hauptplatz 41
4053 Haid
stadtgemeinde@ansfelden.at

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
UID-Nr.: ATU 22520706
Gemeinde-Kennziffer: 41002

Allgemeine Sparkasse OÖ, BLZ 20320,
Konto-Nr. 17000-307013
IBAN: AT642032017000 307013
BIC: ASPKAT2L
ansfelden.at

5. Geschäftsdrucksorten

5.10 Allgemeines Formular



Ansuchen um Förderung zu

Baukostenzuschuss / Finanzierungsbeitrag bzw. Kaution

gemäß Beschluss des Gemeinderates vom 24.06.2015

Antragstellerrin

Familienname _____ Vorname _____

Straße _____ Hausnummer _____

PLZ _____ Ort _____

Geschlecht ☐ männlich ☐ weiblich ☐ divers

Sozialversicherungsnummer _____ Geburtsdatum _____

Telefon _____ E-Mail _____

Anzahl der in der Wohnung gemeldeten Personen _____

Bankverbindung

IBAN _____

BIC _____

Erforderliche Unterlagen

☐ Haushaltseinkommen vom Vorjahr
(Jahreslohnzettel, Steuerbescheid, AMS Bezugsbestätigung, Krankengeld, RehaGeld usw.)

☐ Mietvertrag



Stadtamt Ansfelden
Hauptplatz 41
4053 Haid
stadtgemeinde@ansfelden.at

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
UID-Nr.: ATU 22520706
Gemeinde-Kennziffer: 41002

Allgemeine Sparkasse OÖ, BLZ 20320,
Konto-Nr. 17000-307013
IBAN: AT642032017000 307013
BIC: ASPKAT2L **ansfelden.at**

5. Geschäftsdrucksorten

5.11 Visitenkarten, Dienstausweis

	
Max Mustermann	
<i>Berufsbezeichnung</i>	
Stadtamt Ansfelden Hauptplatz 41 4053 Haid Tel.: (07229) 840 Fax: (07229) 840-7156 stadtgemeinde@ansfelden.at	
ansfelden.at	



	
Max Mustermann	
<i>Berufsbezeichnung</i>	
Stadtamt Ansfelden Hauptplatz 41 4053 Haid Tel.: (07229) 840 Fax: (07229) 840-7156 stadtgemeinde@ansfelden.at	
ansfelden.at	



Dienstausweis	
	Vor- und Nachname Max Mustermann
	Funktion <i>Berufsbezeichnung</i>



6. Drucksorten

6.1 Stadtblatt



6. Drucksorten

6.2 Plakate 4c, 1c



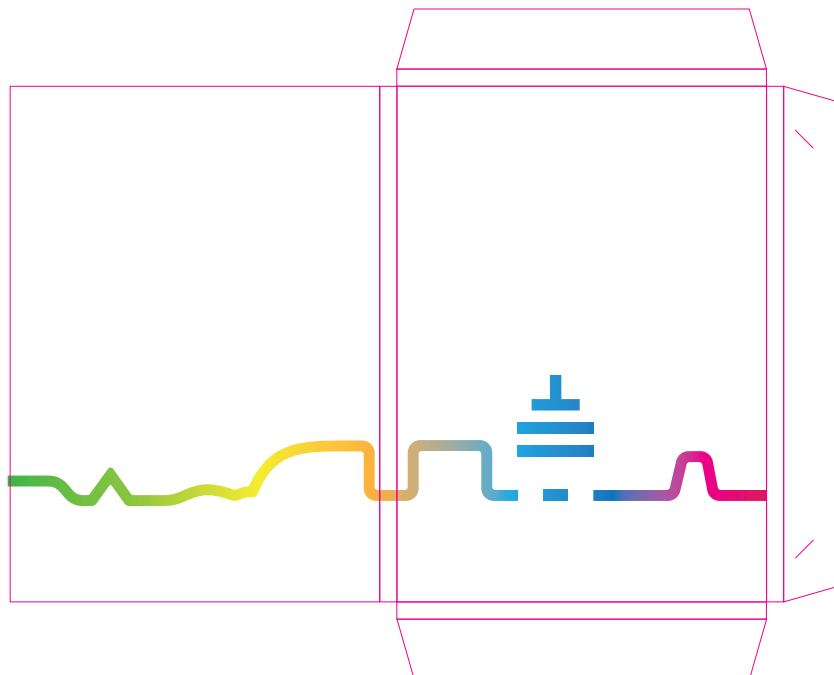
6. Drucksorten

6.3 Folder A6 lang, Flyer A5



6. Drucksorten

6.4 Präsentationsmappe



6. Drucksorten

6.5 Image- Personal- und Eventinserat




Wir san Ans.

Ansfelden Headline Blindtext
Lorem ipsum dolo et esa.

Lorem ipsum Blindtext Bold
Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re num unt inctota volention ea qui iducilis erovide llacestio eveliquas mollabo. Danditatis aut delessi Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re num unt inctota.

volention ea qui iducilis erovide llacestio eveliquas mollabo. Danditatis aut delessi Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re num unt inctota volention ea qui iducilis erovide llacestio eveliquas mollabo. Danditatis aut delessi. **Lorem ipsum Bold**

 **Stadtamt Ansfelden**
Hauptplatz 41
4053 Haid

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
stadtgemeinde@ansfelden.at

ansfelden.at



Wir san Ans.

Ansfelden Headline Blindtext.
Lorem ipsum dolo.

Lorem ipsum Blindtext Bold
Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re num unt inctota volention ea qui iducilis erovide llacestio eveliquas mollabo. Danditatis aut delessi Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re **Lorem ipsum Bold**

 **Stadtamt Ansfelden**
Hauptplatz 41
4053 Haid

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
stadtgemeinde@ansfelden.at

ansfelden.at




Berufsbezeichnung m/w/d

Zu Ihren Aufgaben zählen:

- Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re num unt inctota.
- Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re num unt inctota.
- Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re num unt inctota.

Unser Angebot:

- Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo
- Lorem illicitas soluptas nus eum quati conset
- Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo
- Lorem illicitas soluptas nus eum quati conset

Funktionsaufbau:

- Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo

Beschäftigung:
Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo. Omnihil lamusap icispsam explicue non re num unt inctota volention ea qui iducilis erovide llacestio eveliquas mollabo. Danditatis aut delessi.

Dienstbeginn: ehest möglich

Allgemeine Aufnahmevoraussetzungen:

- Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo
- Lorem illicitas soluptas nus eum quati conset
- Os illicitas soluptas nus eum quati conset mo id ut labo
- Lorem illicitas soluptas nus eum quati conset

Bewerbungen:
Ihre aussagekräftige Bewerbung inklusive aller relevanten Unterlagen (Lebenslauf, Staatsbürgerschaftsnachweis, Foto) senden Sie bitte an:

Stadtamt Ansfelden
Frau Musterfrau
Hauptplatz 41
4053 Haid

oder an:
stadtgemeinde@ansfelden.at

Ende der Bewerbungsfrist: 00.00.2023

 **Stadtamt Ansfelden**
Hauptplatz 41
4053 Haid

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
stadtgemeinde@ansfelden.at

ansfelden.at




Veranstaltungs-Headline

01. Juni 2023 Location

Lorem ipsum Subline Blindtext und weitere Infos

Lorem ipsum Subline Blindtext und weitere Infos.

Loris aut pe eum doluptis doli cum ut magnis volupti dit.
www.platzhalter.at

Partner Logo Partner Logo Partner Logo

6. Drucksorten

6.6 Urkunde



Urkunde

ANSFELDEN STADTMEISTERSCHAFT
ASK Nettingsdorf - Schach



Blitzschach

18.04.2024

Vorname Nachname
belegte den **1. Rang**

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy
eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam
nonumy eirmod voluptua.

 
Vorname Nachname Vorname Nachname

6. Drucksorten

6.7 Glückwunschkarten A5



allgemeine Glückwunschkarte



Glückwunschkarten zu speziellen Anlässen



6. Drucksorten

6.8 Allgemeine Einladung DIN lang (210 mm × 99 mm)



Persönliche Einladung

Officaborem eos mint hillend
ipsam, arionsed esedi.

—
23.06.2024
18:00 Uhr

Sehr geehrte Frau Nachname,

Hicatur sectur, cuptatio cus, autemped enihita quo doluptinciam
autenis estrum illo odipsumqui re eossit aut fuga. Odiae. Cus et as
dellique preraesse vndern atquae veliquae voluptatur ant.
Rum a dolorpo santiis ium quos delique venimilignis magnis.

Inum et et volorecabo. Fero quiate lam quas adi que nonse volo
temporibus simin rerorepratis dipsum num.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen!


Vorname Nachname

 Stadtgemeinde Ansfelden

6. Drucksorten

6.9 Compliment Card DIN lang (210 mm × 99 mm)



Stadtgemeinde Ansfelden



Stadtamt Ansfelden
Hauptplatz 41
4053 Haid

Tel.: (07229) 840
Fax: (07229) 840-7156
stadtgemeinde@ansfelden.at

Mit freundlichen Grüßen

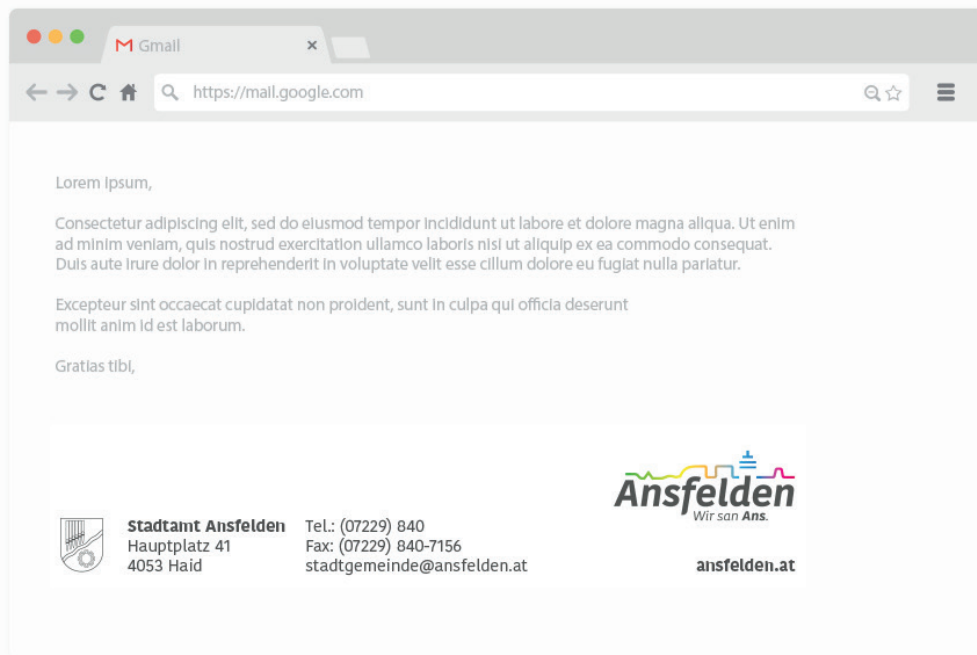
6. Drucksorten

6.10 Tischkarte



7. Digital

7.1 E-Mail Signatur, Logoanimation



Logoanimation

Die Logoanimation wird als Intro/Outro bei Bewegtbild integriert.

7. Digital

7.2 Powerpoint



**Headline Arial
Bold italic**
Subline Arial Regular

Headline Arial Bold italic

- Aufzählungspunkt Arial Regular
- Aufzählungspunkt 2



**Headline
Arial
Bold italic**
Subline Arial
Regular



Arial Bold Ansfelden
Subline Arial Regular

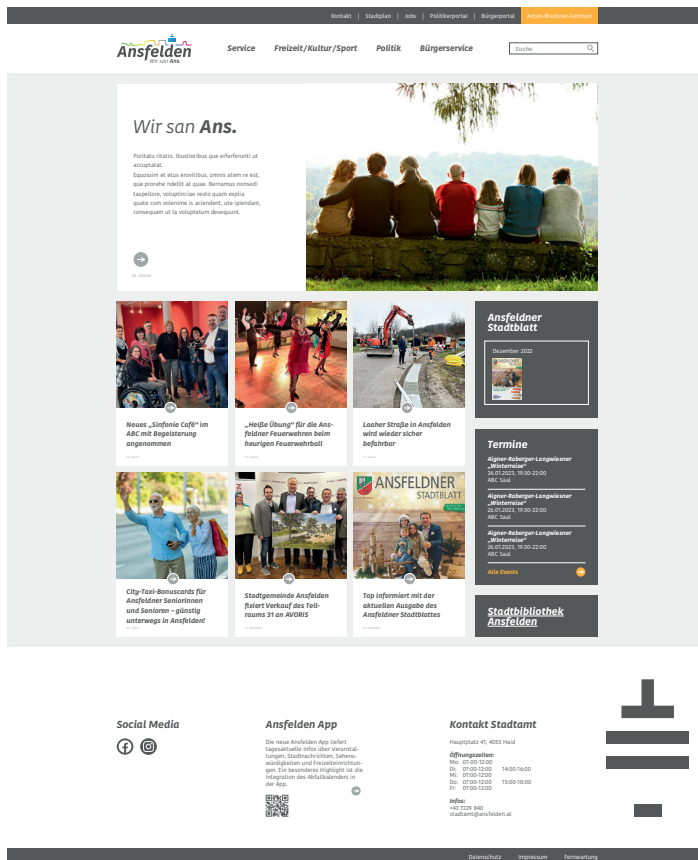
• Copytext Arial Regular. Hicidndis eos dit eiciam
eat eseniatia nest lacculit velitis maxim utalemodis re
quam, ut quam ut et, quas sum volesto nemque
solorempore volorum quam aboreptati dolest ipsunt
et am, sim est, sumque mi, si beaurum elum nos ilique
rerchil' inus nonecearibus et parupta est, nes a conem
et ma deligendae volumet estiasim quassi omnis enis
et, si omnihiitem fuga. Itatis ius re vellam volupis aut
fugiaspel molorum esequi in panibusam eatem re ent
ill, eat autem dolo invel ipisserunt re occuscid ut
volorumet hil mi, nonseque andis verumenis aut la es
mosam intactaeceped que sit es endit re pelendio odit
ut faccum aute preceri dessint.

• Rehent venet pore, temporu ptureperum expliam
qui ute nobitati iuntus adis



7. Digital

7.3 Landingpage



7. Digital

7.4 Newsletter Stadtbibliothek

Stadtgemeinde Ansfelden





Stadtbibliothek Ansfelden

Neuerscheinungen 03/23

Simpor minus

Quidentio dolupta tetumquis qui resto ma porum sit mos-
ti alit et latur adipsandit, volore, volum cuptur sed ex et
inusant omnimus.

El invellamusa doluptusania natibus ipsae ommolen da-
niet laccum fugit, offic temperorem. Sempor minus aspe-
rume dolupta dolecup tatatenda cullacest as ut exprovid
ut aut aut officimos dictotat andicia nit hitium dolorib
usapis quis nis aceputida dunto blabore ceatus eost mi-
liam lab ium inti susape cum accullu ptatio dit quas pel
min re re modita eos repudit iur autaqi aerepudandis
dolumquos sima prerum fuga.



Officimos cum

Con es earum ipsusap elessi seniendandi rem ese dolo-
rum latur sunt inume initatur? Non re volut res assit, seris
re sed molupturibus solupistibus si cuptaquodi sitatio.
Lant atus assum est ommo cumquis ad est omnimaio.
Ipit, cus nit que modi corem.

Et etum nonsequam aperia quo eatem voluptatibus est
offictat qui ut autatiscias eatas audae officate laut labo-
reh enecto blam il maioriam qui doluptur aliant.



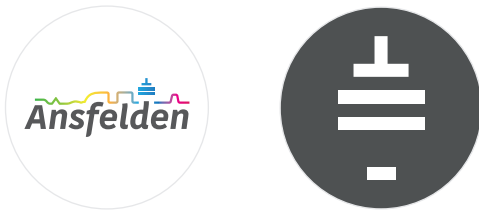
Quidentio dolupta tetumquis!

#ansfelden

Stadtlamt Ansfelden, Hauptplatz 41, 4053 Haid
Tel.: (07229) 840, Fax: (07229) 840-7156, stadtgemeinde@ansfelden.at

8. Social Media

8.1 Meta Logo



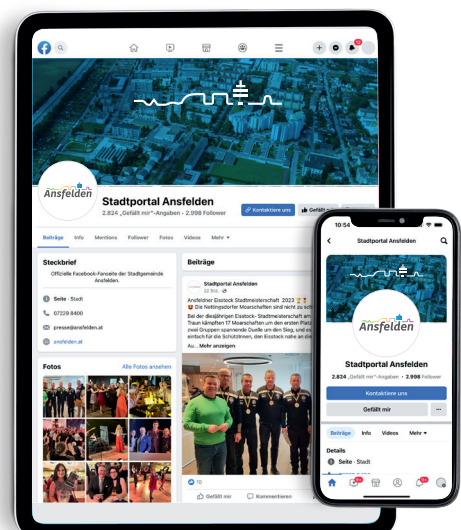
8.2 Meta Titelbild



Authentisches Bild von Personen, passend zur Bilderwelt. Kombiniert mit dem Slogan „Wir san Ans.“



Aktuelle Bilder der Stadt: Landschaft/Natur, urbanes Gebiet, Fernsehturm, Industrie mit Farb-Overlay in einer der CI-Farben. Kombiniert mit der Illustration des Logos.



8. Social Media

8.3 Frame für Posting mit Bild



Bild wird um einen weißen Rahmen erweitert und die Skyline wird unten ergänzt.



Bild wird um einen weißen Rahmen erweitert und das Icon des Fernsehturms wird oben ergänzt.



8. Social Media

8.4 Posting für Veranstaltungen & Stellenanzeigen



9. Bekleidung

9.1 Mitarbeiter-Bekleidung



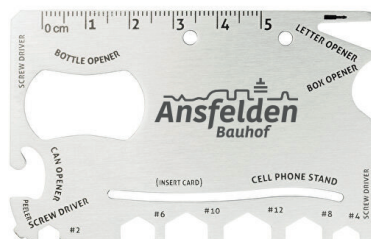
10. Werbemittel

10.1 Merchandise



10. Werbemittel

10.1 Merchandise



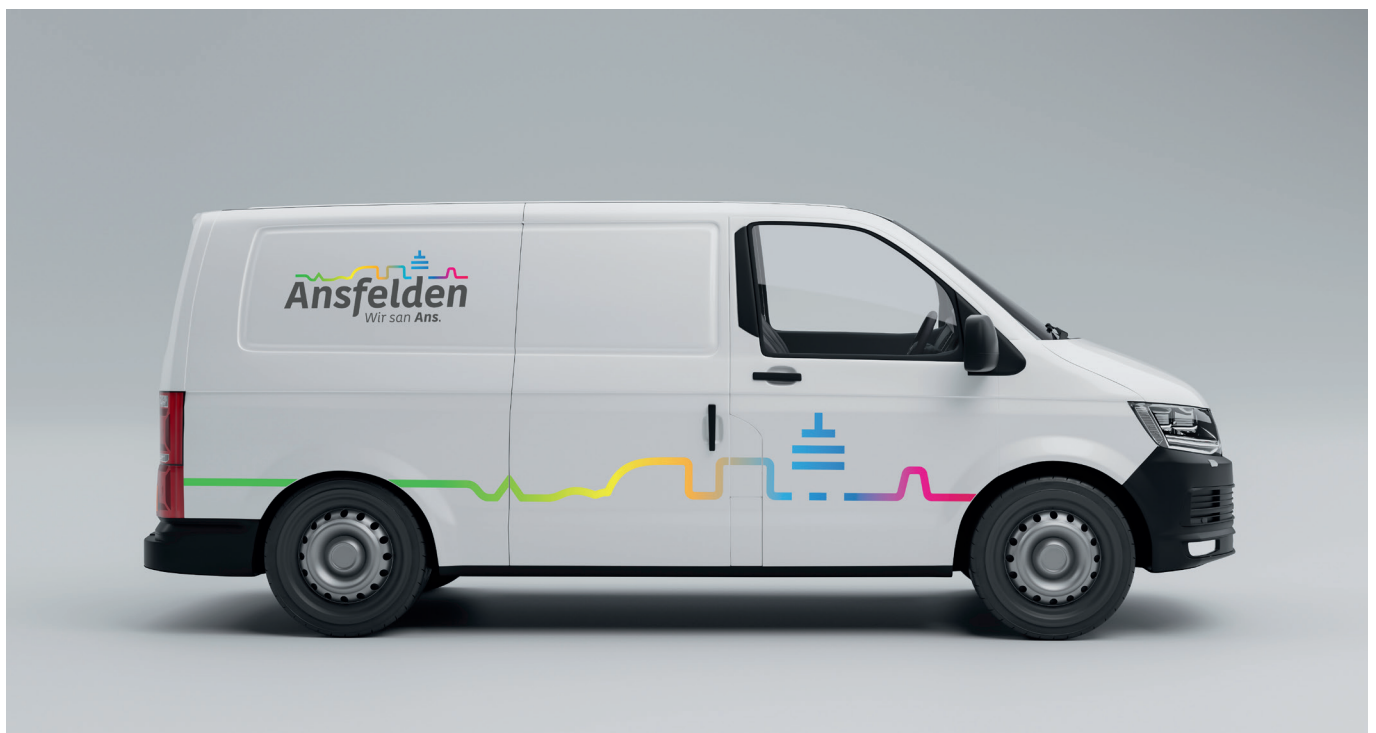
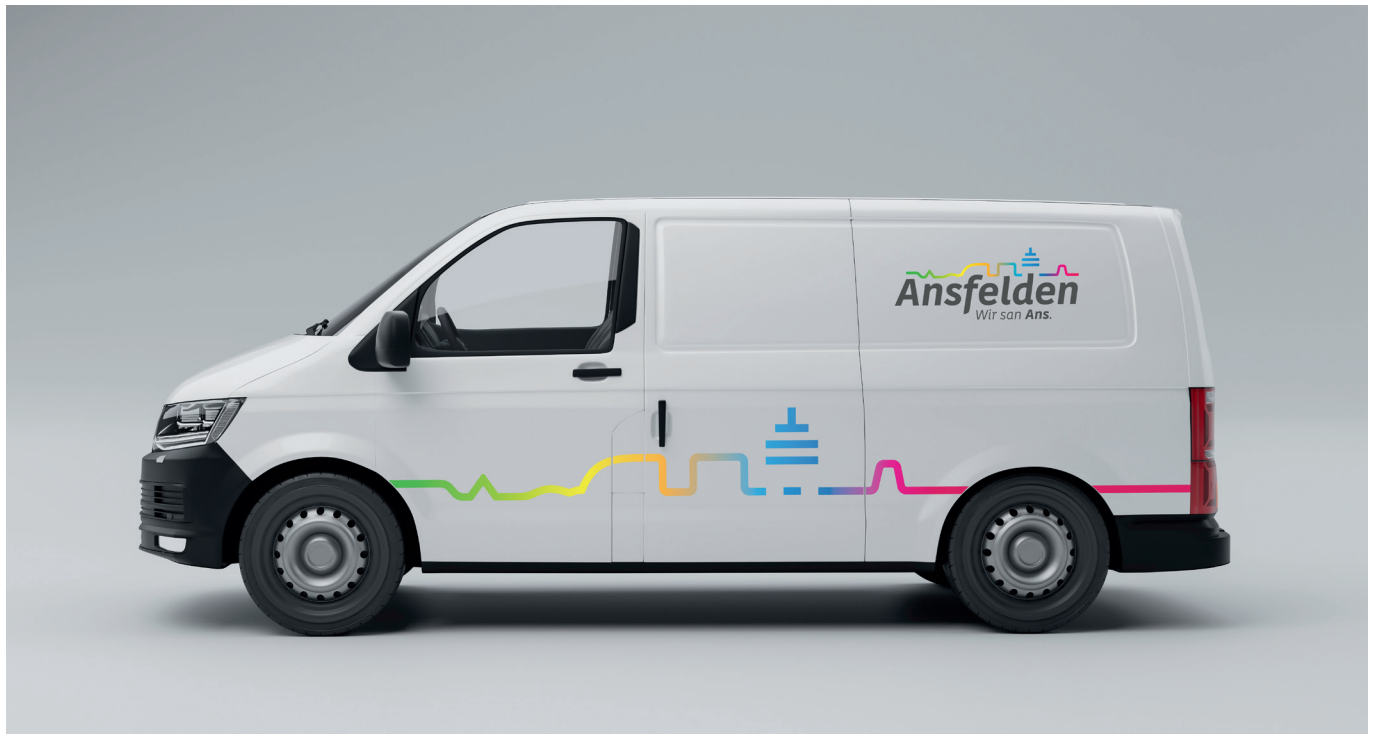
10. Werbemittel

10.2 Messeauftritt, Beachflag, Roll-up, Fahnen



11. Fuhrpark

11.1 Fahrzeugbeklebung

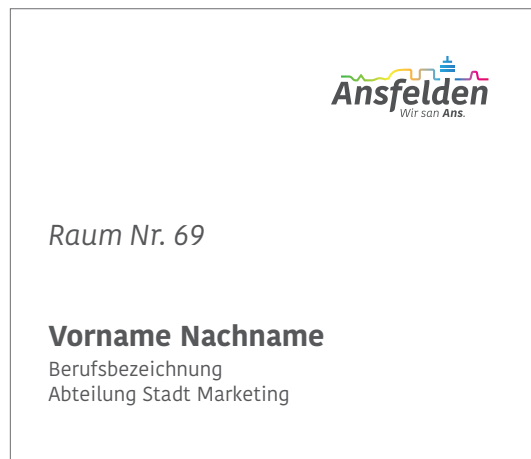


12. Beschilderung

12.1 Baustellen-, Gebäude-, Türschild und Orientierungssystem



Baustellenschild



Türschild



Gebäudeschild



Orientierungssystem

