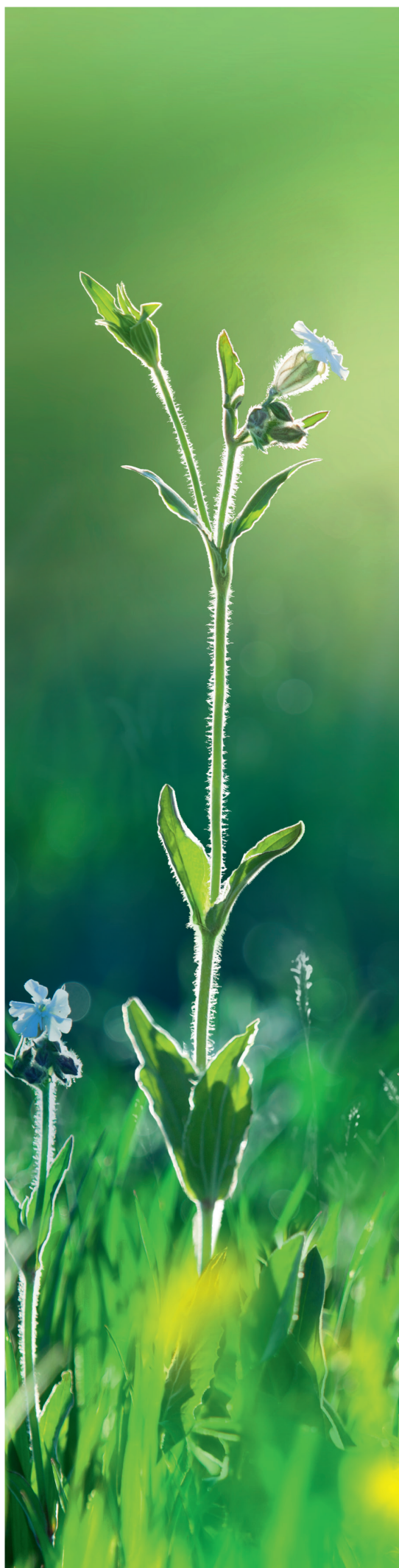


MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWERTES
ÖSTERREICH

bmlfuw.gv.at

CD-MANUAL



BOTSCHAFT

DIE WORT-BILD-MARKE

DIE KERNBOTSCHAFT DER Kommunikation lautet: Lebensmittel sind ein kostbares Gut. Sie sind es wert, dass achtsam und verantwortungsbewusst mit ihnen umgegangen wird!

Die Wort-Bild-Marke wurde vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) im Rahmen seiner Initiative „Lebensmittel sind kostbar!“ entwickelt.

Sie soll dazu beitragen, den über eine rein finanzielle Betrachtungsweise hinausgehenden persönlichen, ethischen und gesellschaftlichen Wert der Lebensmittel erkennbar und erlebbar zu machen. Sie steht für eine hohe Wertschätzung für Lebensmittel – ansprechend, motivierend, verstärkend und positiv.

Die Gestaltung vermittelt Emotion, Wertigkeit und Wärme und kann überall dort eingesetzt werden, wo der Wert von Lebensmitteln hervorgehoben werden soll. Das kann in der

Produktion, im Handel, in der Gastronomie, in der Schule oder in öffentlichen und privaten Organisationen sein.

Die Wort-Bild-Marke soll eine breite Wiedererkennung der Initiative und des Themas ermöglichen und vielfältige Kommunikation auf allen gesellschaftlichen Ebenen bewirken. Mit ihr soll die Botschaft vermittelt werden, dass jede Einzelne/jeder Einzelne einen Beitrag gegen die Lebensmittelverschwendung leisten kann.

Die Wort-Bild-Marke steht als zentrales Element für Maßnahmen und Aktivitäten zur nachhaltigen Vermeidung und Verringerung von Lebensmittelabfällen. Sie ist vom BMLFUW markenrechtlich geschützt und kann bzw. soll von allen Partnern der Initiative genützt werden. Voraussetzung dafür ist der Abschluss einer Kooperationsvereinbarung.

Das vorliegende Manual beschreibt in einzelnen Schritten die einzuhaltenden Anwendungsformen.

LOGO: FORM, FARB- UND SCHRIFTDEFINITION

FORM: ORGANISCH UND schwungvoll setzt sich das Logo aus den Elementen Blatt und Herz zusammen.

- Der herzförmige Apfel steht für Obst, Gemüse und Lebensmittel,
- das Herz für Wertschätzung und Liebe.

FARBGEBUNG: Gesund, positiv; lehnt sich das Logo an Obst/Gemüse an.

Die Form umringt den Schriftzug wie eine Klammer. Das Wort „kostbar!“ wird durch seine Farbgebung zusätzlich herausgehoben.



GRÜN

CMYK 50/0/100/0
RGB 151/191/13

DUNKLES ORANGE

CMYK 0/85/95/0
RGB 230/69/34

VERLAUF

CMYK 0/35/85/0-0/85/95/0
RGB 248/179/52-230/69/34

HELLES ORANGE

CMYK 0/35/85/0
RGB 248/179/52

„KOSTBAR!“

CMYK 0/50/100/0
RGB 241/147/2

ANWENDUNGEN DER WORT-BILD-MARKE

BEI STANDARDANWENDUNGEN

DIE LOGO-VARIANTE DES BMLFUW muss linksbündig an der unteren Kante des Bildteils platziert werden. Rechts davon die Wort-Bild-Marke „Lebensmittel sind kostbar!“.

Die beiden Logos werden stets durch den vordefinierten Abstand, der sich aus der doppelten Breite der Vertikalen (x) des BMLFUW-Logos ergibt, getrennt.

Die Breite der Vertikalen des BMLFUW-Logos definiert den Weißraum ($=x$, Mindestmaß) auf dem das Logo steht. Beide Logos sollen in der gleichen Größe verwendet werden. Logo (L) und Schriftzug des BMLFUW bilden eine Einheit, dürfen nicht getrennt und in seinen Proportionen zueinander nicht verändert oder beschnitten werden.



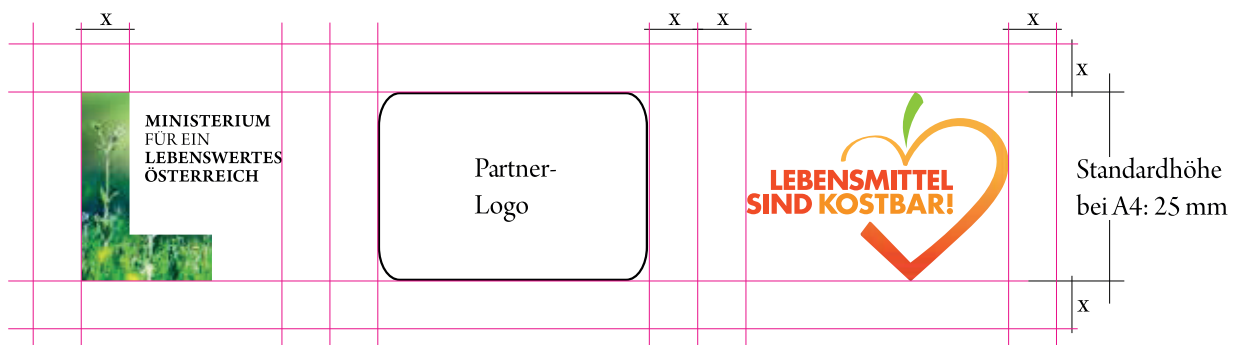
Schutzzone – gekennzeichnet durch magentafarbene Linien
 $x = 6$ mm bei einer Standardhöhe von 25 mm

BEI EINBINDUNG EINES PARTNER-LOGOS

Bei allen mit bzw. von Partnern im Rahmen der Initiative „Lebensmittel sind kostbar!“ erstellten Druckwerken, die mindestens das Format A4 haben, wird die Wort-Bild-Marke in seiner Originalform (Standardhöhe bei A4 25 mm) verwendet. Das Partner-Logo schließt bündig mit der Ober- und Unterkante des Herzens der Wort-Bild-Marke und des BML-FUW-Logos ab und steht mittig.

Die Logo-Variante des BMLFUW muss linksbündig an der unteren Kante des Bildteils platziert werden, in der Mitte das Partner-Logo und rechts davon die Wort-Bild-Marke „Lebensmittel sind kostbar!“.

Alle drei Logos werden nebeneinander platziert. Die Mindestvorgaben für Höhe und Weißraum müssen dabei verbindlich eingehalten werden.



Schutzzone gekennzeichnet durch magentafarbene Linien
 $x = 6 \text{ mm}$ bei einer Standardhöhe von 25 mm

BEI KLEINEREN PRINTPRODUKTEN ODER ADVERTORIALS

Bei kleineren Anwendungen (A5 und Titelseiten von C5/6 Formaten) ist die Standardhöhe der beiden Logos 15 mm. Diese müssen nebeneinander platziert werden.

Die Vorgaben für Höhe und Weißraum sind dabei verbindlich einzuhalten. Die Logos dürfen in der Gesamthöhe nicht kleiner als 15 mm sein.



Schutzzone gekennzeichnet durch magentafarbene Linien
 $x = 3,6 \text{ mm}$ bei einer Standardhöhe von 15 mm

BEI KLEINEREN PRINTPRODUKTEN UND EINBINDUNG EINES PARTNERLOGOS

Handelt es sich um kleinere Druckwerke (Standardhöhe des Logos ist 15 mm), wie z.B. Folder, Broschüren, Einladungen etc. werden

- das Partner-Logo,
- das BMLFUW-Logo und
- die Wort-Bild-Marke

abgebildet.

Die Logo-Variante des BMLFUW muss linksbündig an der unteren Kante des Bildteils platziert werden, in der Mitte das Partner-Logo und rechts davon die Wort-Bild-Marke „Lebensmittel sind kostbar!“.

Alle drei Logos werden nebeneinander platziert. Die Vorgaben für Höhe und Weißraum müssen dabei verbindlich eingehalten werden.



Schutzzone gekennzeichnet durch magentafarbene Linien
 $x = 3,6 \text{ mm}$ bei einer Standardhöhe von 15 mm

IM ZWEIFELSFALL ist mit der Abteilung Kommunikation und Service des BMLFUW Rücksprache zu halten.

Kontakt: Mag. Doris Steiner-Ostermann, Tel.: 01 71100-606860

E-Mail: doris.steiner-ostermann@bmlfuw.gv.at



**MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWERTES
ÖSTERREICH**