



Corporate Design der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld

Manual

HAUF+FREUNDE GmbH

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Anwendungs- und Geltungsbereich

1 Grundlagen

- 1.1 Herleitung des Logos
- 1.2 Das Logo der Bundesstiftung
- 1.3 Farbgebung
- 1.4 Anwendungsgrößen
- 1.5 Schutzraum
- 1.6 Anwendung positiv/negativ
- 1.7 Anwendung auf Farbe
- 1.8 Key-Visual
- 1.9 Schrift

2 Geschäftskorrespondenz

- 2.1 Brief
- 2.2 Brief Zweitbogen
- 2.3 Pressemitteilung

3 Visitenkarten

- 3.1 Personalisierte Visitenkarten
- 3.2 Visitenkarten ohne Personalisierung

4 Kuverts

- 4.1 Kuverts lang mit Fenster
- 4.2 Kuverts lang ohne Fenster
- 4.3 Kuverts C4 mit Fenster
- 4.4 Kuverts C4 ohne Fenster
- 4.5 Kuverts B4 ohne Fenster

Inhaltsverzeichnis

5 Co-Branding / Sponsoring

5.1 Anwendungsbeispiele

6 Präsentationen

6.1 Powerpoint; Titelseite

6.2 Powerpoint; Inhaltsseiten

Das CD der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld – eine Investition in die Zukunft!

Die Bundesstiftung Magnus Hirschfeld hat zum Auftrag der gesellschaftlichen Diskriminierung homosexueller Männer und Frauen in Deutschland durch Förderung in Bildung, Wissenschaft und Forschung entgegenzuwirken.

Darüber hinaus versteht sich die Stiftung als wissenschaftliche Impulsgeberin für die Erforschung geschichtlicher Zusammenhänge und aktueller Entwicklungen hinsichtlich der Diskriminierung und Verfolgung sowie des Alltags von Lesben, Schwulen, Bisexuellen, Transgender, Trans- und Intersexuellen.

Die Bundesstiftung wird mit einem vielfältigen Erscheinungsbild aufgetreten. Es wird für einzelne Projekte nicht immer auf den ersten Blick ersichtlich sein, dass hinter einer Veranstaltung/einem Projekt die Bundesstiftung steht. Deshalb wurde über ein unverwechselbares Logo hinaus, auch ein sich daraus ergebendes Key-Visual entwickelt. Damit will die Bundesstiftung die Identität der vielfältigen Projekte und Aktionen, nicht nur Projekte aus eigener Regie, branden. Gerade bei Kooperationen und das Gewinnen von Drittmitteln, steht das Vertrauen - die Seriosität im Vordergrund.

Das Erscheinungsbild ist klassisch zeitlos, dynamisch und klar. Es widerspiegelt im wesentlichen den Auftrag der Stiftung; Geschichte, Forschung und Bildung als die Grundlagen für die Herangehensweise und Voraussetzung bei der gesellschaftlichen Arbeit gegen Diskriminierung.

Das vorliegende Corporate Design Handbuch enthält Richtlinien und Empfehlungen, welche die Umsetzung des CD-Bundesstiftung Magnus Hirschfeld in den einzelnen Aufgabenbereichen erleichtern soll.

Anwendungs- und Geltungsbereich

Dieses Handbuch richtet sich an Fachspezialistinnen und -spezialisten, die in Zukunft im Auftrag der Bundesstiftung Gestaltungsarbeiten ausführen.

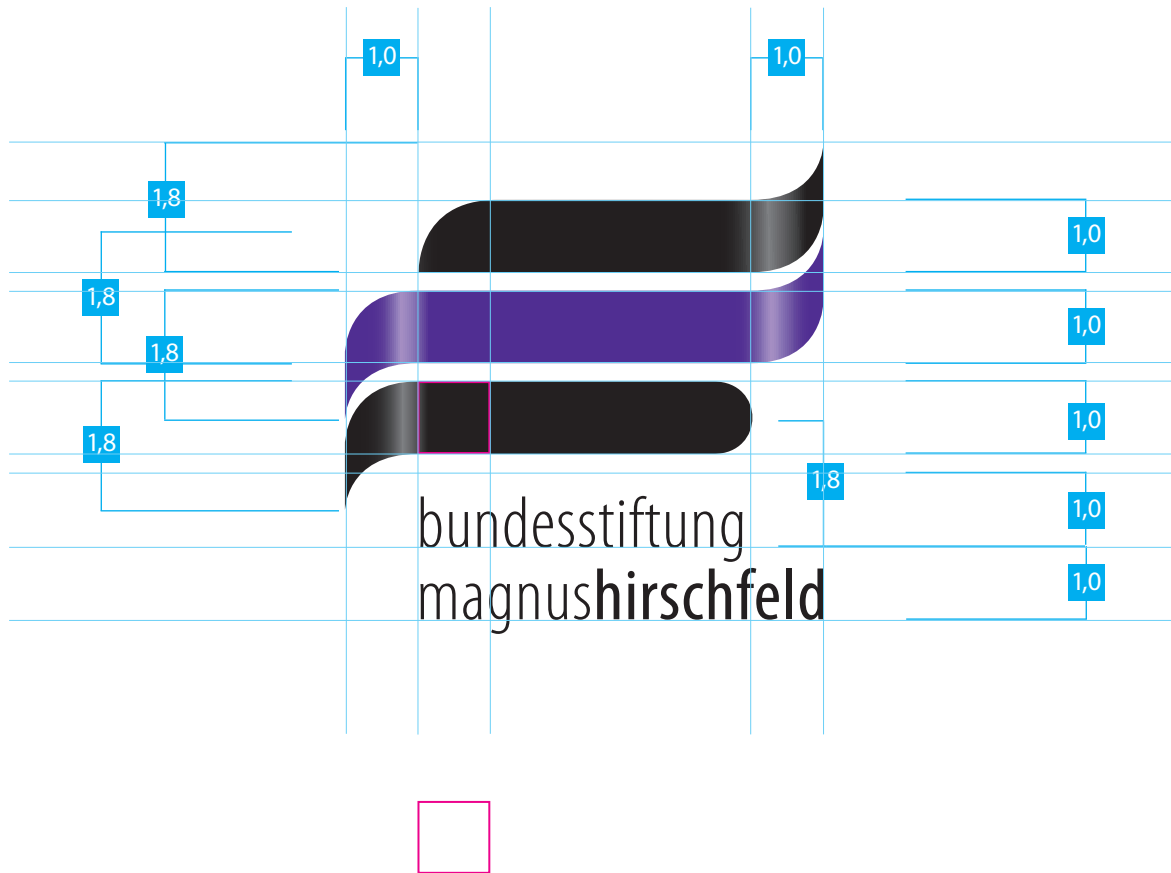
Der Umgang mit den Gestaltungselementen und das Einhalten der Corporate-Design-Richtlinien sind verbindlich.

Die Gestaltung der Kommunikationsmittel – wie Veranstaltungsflyer, Informationsbroschüren und Berichte sind grundsätzlicher Natur. Hier besteht ein gewisser Freiraum, der eine individuelle und zielgruppengerechte Anpassung und Vermittlung der Gestaltung zulässt. Bei diesen Produkten sind trotzdem die Richtlinien der Verwendung des Logos und der Typografie verbindlich einzuhalten.

Bei Kampagnen und/oder Kongressen im Namen und auf Initiativen der Bundesstiftung ist unbedingt auf die Wiedererkennung, die visuelle Identität der Bundesstiftung zu achten. Diese kann durch Farbgebung, die Verwendung des Key-Visuals oder auch die einheitliche Anwendung der Typografie geschehen.

1 Grundlagen

Dieses Kapitel enthält die wichtigsten Grundlagen zum Aufbau und zur Anwendung des Logos der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld.



1.1 Herleitung des Logos

Dieses Kapitel enthält die wichtigsten Grundlagen zum Aufbau und zur Anwendung des Logos der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld.

Die drei Balken symbolisieren den Auftrag der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld.

Von unten nach oben:

- Ursprünge und Geschichte zur Person Magnus Hirschfeld
- Forschung und Wissenschaft bilden das verbindende Element
- Bildung, als basierend auf Beidem und Entwicklung bzw. Mitgestaltung der Zukunft

■ Multiplikationsfaktor des Grundelements



1.2 Das Logo

Das Logo der Bundesstiftung besteht aus dem grafischen Element der drei Streifen, die jeder für sich verschieden geformt sind, aber gleichzeitig ineinandergreifen.

Das Logo ist in seiner Farbgebung zweifarbig, schwarz und violett.

Einfarbig ohne die Verläufe bilden die Streifen das Key-Visual, das negativ (weiß auf farbigem Untergrund), oder grau auf weißem Grund erscheint.

Die drei Balken symbolisieren den Auftrag der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld.

Schrift

Als Schriftschnitt für das Logo ist die Myriad Pro Condensed bestimmt.

Diese Schrift stammt von den international bekannten Amerikanischen Schriftendesignern Robert Slimbach und Carlo Twombly und wurde von ihnen 1992 entwickelt.

Schrift (bei 100% Größe)

Schriftart	Myriad Pro Light Condensed Myriad Pro Regular Condensed
Schriftgröße	16 Pt.
Zeilenabstand	15,5 Pt.
Spationierung	+6
(gilt für die Anwendungsgröße 100%)	



Druck 4-farbig CMYK
Druck 2-farbig mit Sonderfarbe



Druck 1-farbig schwarz



Siebdruck oder Stempeldruck

1.3 Farbgebung

Die farbige Ausführung wird für repräsentative Dokumente (vor allem Dokumente, die extern verschickt werden) verwendet.

Die schwarzweisse Ausführung wird für den internen Gebrauch und kann für Dokumente ohne Repräsentationswirkung verwendet werden. In der Schwarzweiss-Anwendung wird auf die heraldische Umsetzung der violetten Farbe (durch Schraffur) verzichtet. Das Violett des Logos wird dann schwarz gedruckt.

Farbdefinition Violett

CMYK	85 / 100 / 0 / 0
Pantone	2597 U / 2597 C
RGB	79 / 19 / 136
Hexadezimal	# 4E1388

1.4 Anwendungsgrößen

Alle Anwendungsgrößen sind nebenstehend ausführlich definiert. Ausgehend vom zur Verfügung stehenden Raum und der Herstellungstechnik muss die passende Logogröße gewählt werden.



Originalgröße (100%)

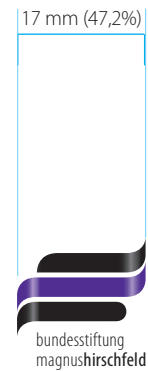
Diese Anwendungsgröße gilt als Originalgröße. Sie kommt bei den meisten Anwendungsgebieten zum Einsatz. Sämtliche Schriftdefinitionen und Vermaßungen in diesem Handbuch beziehen sich auf dieses Format.

*Anwendungsgröße z. B. für Printprodukte A4



Minimalgröße für Bürodrucker (61%)

Diese Anwendungsgröße ist die kleinstmögliche für Drucksachen, die auf einem Desktop-Printer ausgedruckt werden. Bis zu diesem Format ist die Druckqualität auf Desktop-Printern gewährleistet.

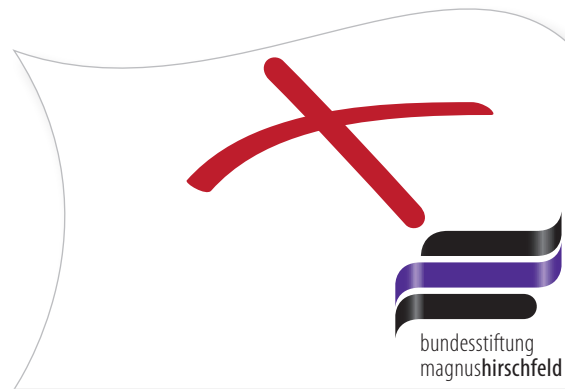


Minimalgröße für professionelle Drucksysteme (47,2%)

Diese Anwendungsgröße ist die kleinstmögliche für Drucksachen, die auf einem professionellen Drucksystem (Druckerei) verarbeitet werden.



Basiselement (entspricht der Höhe einer Balkengeraden)
Bei 100% Logogröße sind das 8,5 mm



1.5 Schutzraum

Damit das Logo in allen Anwendungen die größtmögliche Wirkung erzielen kann, wurde ein Schutzraum festgelegt. In diesem Schutzraum darf kein anderes Element platziert werden.

Die Breite des Schutzraumes ergibt sich aus dem Grundelement des Logos.

Unzulässige Anwendungen

Die nebenstehenden Beispiele zeigen stilisierte Anwendungen, welche den Schutzraum nicht respektieren. Mit der schraffierten Linie ist jeweils die Stelle markiert, wo der Schutzraum verletzt wird.



Das farbige Logo sollte immer innerhalb seines Schutzraumes auf weißem Grund stehen.



bis 60% schwarz



ab 70% schwarz



bei 100% schwarz

1.6 Anwendung farbig | positiv | negativ

Die beste Wirkung erzielt das Logo auf weißem Hintergrund. Das Logo kann aber auch auf unterschiedlichen Hintergründen zur Anwendung kommen. Je nach Intensität des Hintergrunds ändert es seine Eigenschaften (Schrift und Logo positiv oder negativ). Die folgende Auflistung zeigt die Abfolge der Mutation.



Das farbige Logo sollte immer innerhalb seines Schutzraumes auf weißem Grund stehen.



Verwendung bei hellen Farben



Verwendung bei dunklen Farben



Verwendung bei hellen farbigen Bildern



Verwendung bei dunklen farbigen Bildern

1.7 Anwendung auf Farbe

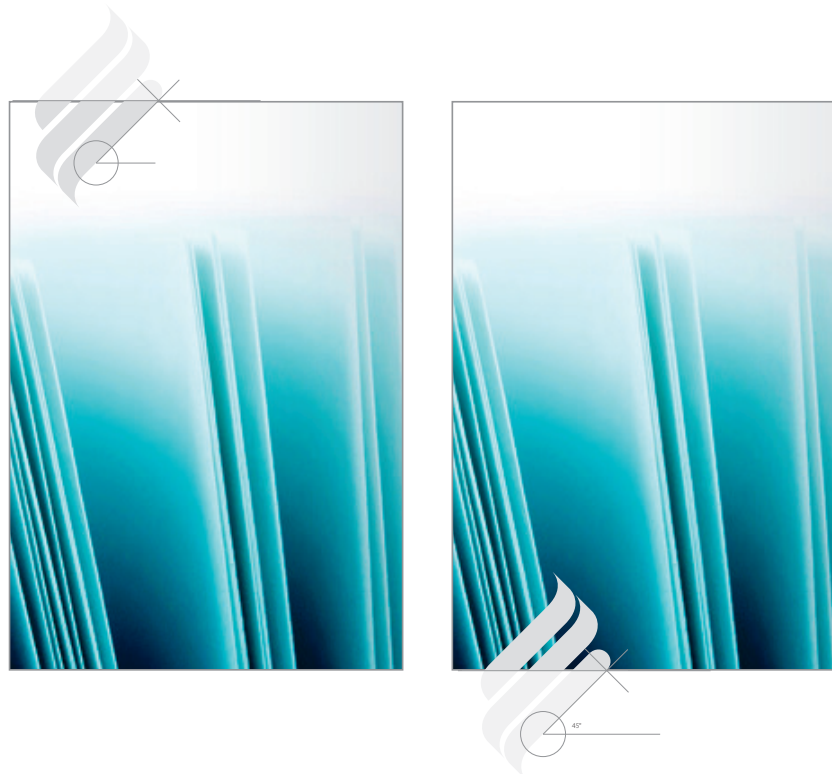
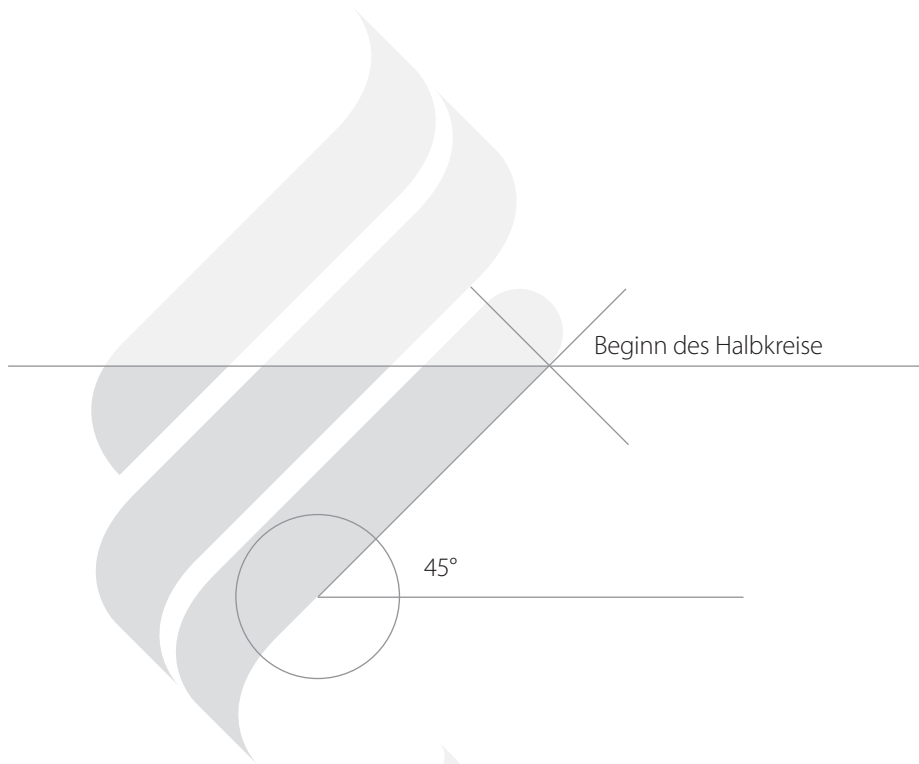
Grundsätzlich kann das Logo der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld auf verschiedenen farbigen Hintergründen eingesetzt werden.

Wird das Logo ohne einen weißen Hintergrund, der mindestens den Schutzraum beschreibt, eingesetzt, kann es nur farblos (in einer schwarz/grau-Variante bzw. in einer weiß/grau-Variante) erscheinen.

Schwellenwert für Negativform (Schrift)

Der Schwellenwert bei dunklen Farbtönen beträgt etwa 60%. Ab diesem Wert ist es sinnvoll, die Negativform des Logos zu verwenden.

Es ist aber von Fall zu Fall zu entscheiden, ob der Kontrast zwischen Hintergrundfarbe und Schrift ausreichend ist und ob nicht das farbige Logo auf weißem Grund zu bevorzugen ist.



1.8 Key-Visual

Ein Key-Visual ist ein Schlüsselreiz, der im Gedächtnis der Betrachter, der Zielgruppe bleiben und sich mit dem Produkt, dem Tätigkeitsschwerpunkt der Institution verbinden soll. Man versteht darunter vor allem optische Reize, die bewirken, dass eine Botschaft länger im Gedächtnis bleibt als durch reine Textinformationen.

Das Key-Visual eignet sich darüber hinaus auch zum markieren der Produkte. Ein gut eingeführtes Key-Visual verweist langfristig auf das Unternehmen/ die Institution, ohne diese dabei explizit zu benennen.

Das Key-Visual der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld besteht aus dem grafischen Element des Logos. Es wird in einer um 45° gedrehten Variante im Anschnitt (siehe Konstruktionszeichnung links) verwendet. Die Platzierung ist je nach Motiv, entweder an der Ober- oder Unterkante des Formats.

Die bevorzugte Farbgebung ist grau, bestehend aus 15% Schwarz. Es kann aber auch im Violetton des Logos oder weiß auf farbigem Grund stehen. Die Größe der Darstellung sollte von Fall zu Fall entschieden werden.

Myriad Pro

A Versatile Sans Serif OpenType Family

Light
Regular
SemiBold
Bold
Black

SemiCondensed Light
SemiCondensed
SemiCondensed SemiBold
SemiCondensed Bold
SemiCondensed Black



1.9 Schrift

Für alle Produkte, die im Zusammenhang mit der Bundesstiftung publiziert werden, wird die Myriad Pro eingesetzt.

Die Myriad steht in der Rangliste der 100 besten Schriften.

Im Web sollte auf die Trebuchet MS zurückgegriffen werden, da sie ähnliche Charakterzüge aufweist.

Für die Geschäftskorrespondenz wird die Myriad Pro Regular verwendet. In anderen Produkten, z. B. in Formularen können auch die Schnitte Light, SemiBold und Bold verwendet werden. Zur Unterstützung der hierarchischen Gliederung können diese Schnitte auch in grau und violett (Hausfarbe) gesetzt werden.

2.0 Geschäftskorrespondenz

Für Benutzerinnen und Benutzer stehen Word-Vorlagen zur Verfügung. Das Logo als Bildelement ist fester Bestandteil. Als Schrift für die Geschäftskorrespondenz wird die Myriad Pro Regular und Bold verwendet.

Die Schriftgröße für den Fliesstext liegt bei 11 Punkt. Für den Verkehr mit Personen mit einer Sehbehinderung empfiehlt es sich, eine Schriftgröße von mindestens 14 Punkt zu wählen.

Für die Erstellung von PDF-Dokumenten gibt es eine gesonderte Word-Vorlage. Das Logo der Bundesstiftung ist darin bereits ein integrierter Bestandteil.

2.1 Brief

Kontaktdaten, Bankverbindungen und der Fließtext werden in einem Grauwert von 65% | RGB 90/90/90 gesetzt.

In der gedruckten Variante befindet sich das Logo als Wasserzeichen im Hintergrund. Platziert ist es so, dass das Balkenelement für sich mittig im Verhältnis zum Papierformat steht.

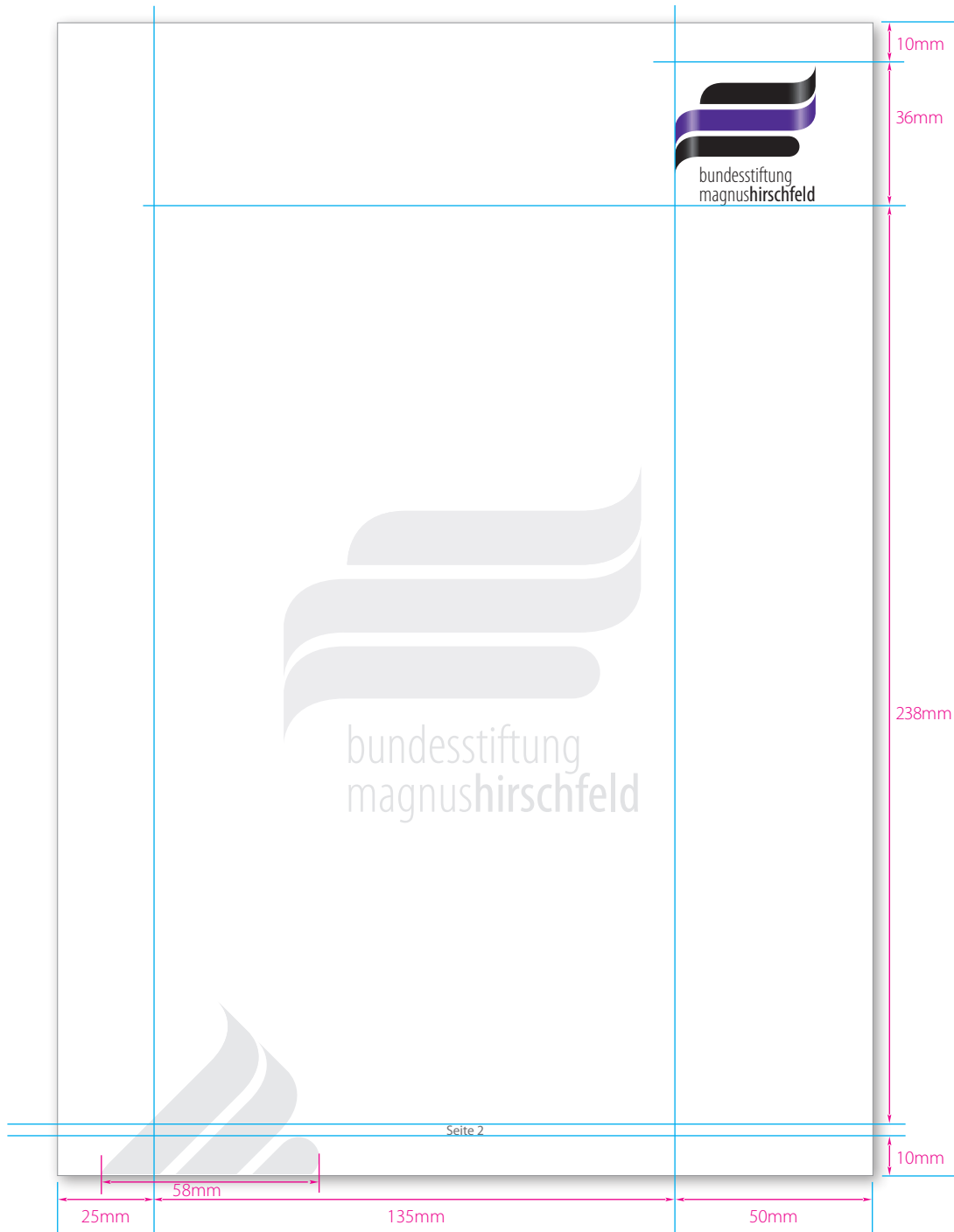
Als Papier wird ein reinweißes Papier in einer Grammaturo von 90g/m² eingesetzt.

Gesamttexfläche: 135mm x 170mm

Logo: 100% (36mm)



Format A4, verkleinerte Darstellung, alle Angaben in Millimeter



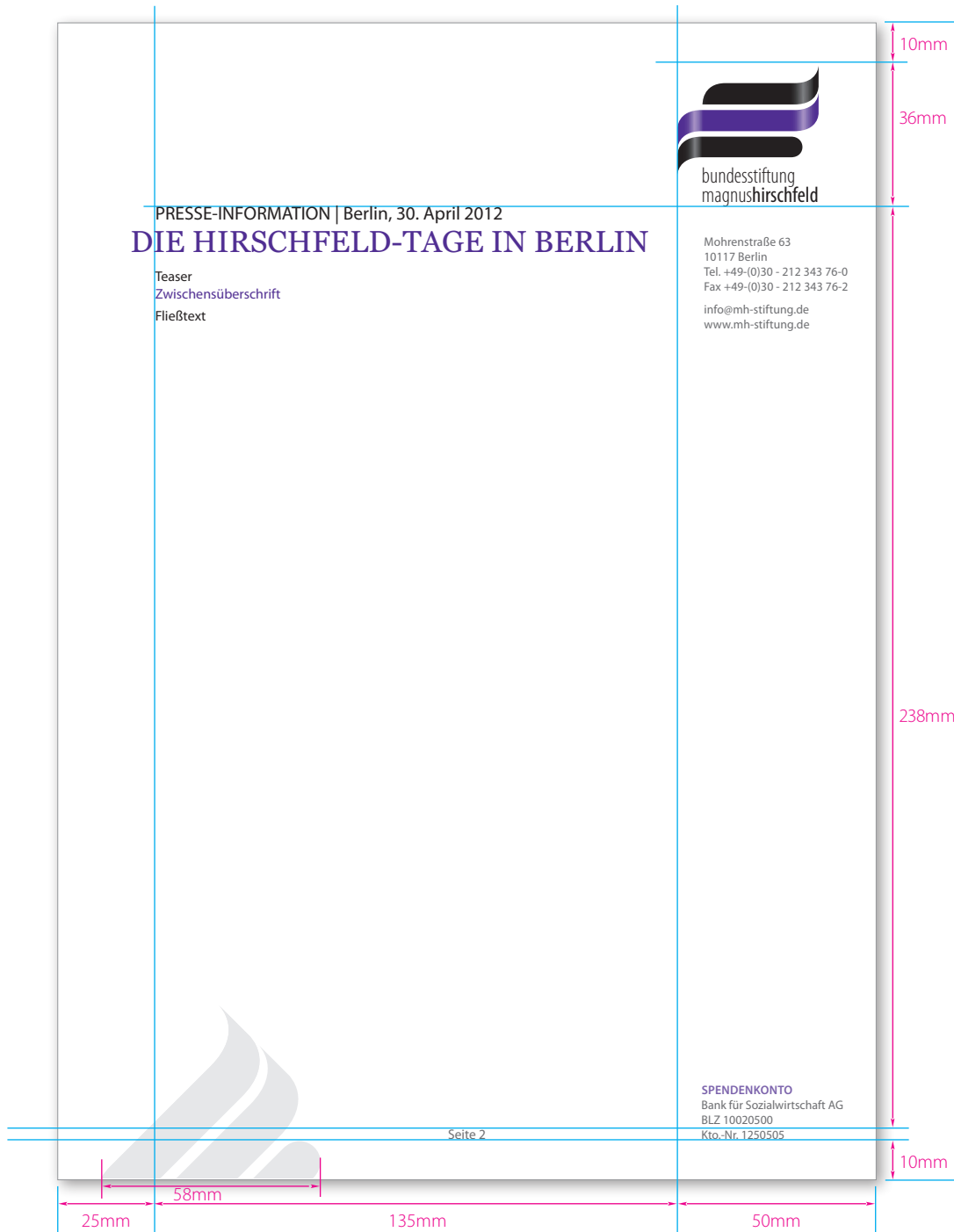
2.2 Brief Zweitbogen

Der Zweitbogen besitzt in der gedruckten Ausführung nur das Logo, das Key-Visual und das Wasserzeichen.

Die Nummerierung wird durch die Word-Dokumentvorlage fortlaufend eingesetzt.

Gesamttexfläche: 135mm x 238mm

Logo: 100% (36mm)



2.3 Pressemitteilung

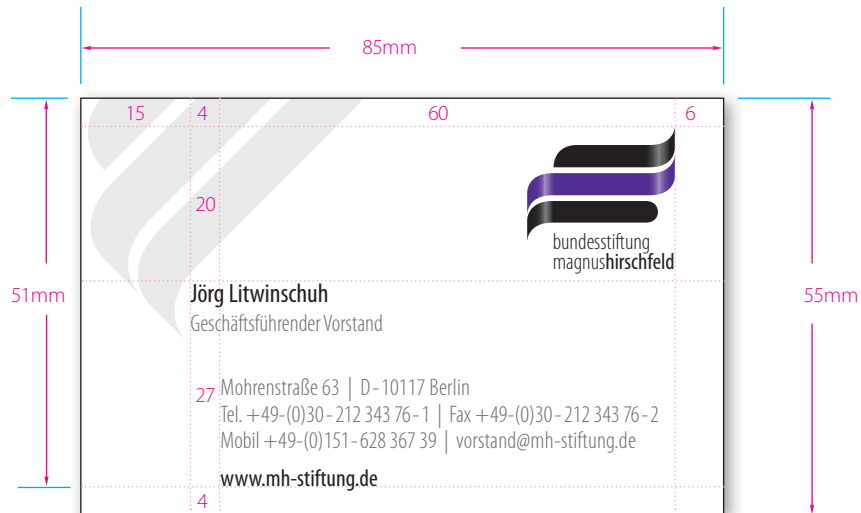
Die Pressemitteilung liegt mit allen Elementen ausschließlich in einer Dokumentvorlage vor.

In dieser sind die Bereiche für die Nennung des Datums, Themas, Kurzbeschreibung, Zwischenüberschriften und allgemeiner Fließtext bereits festgelegt. Die Nummerierung wird durch die Word-Dokumentvorlage fortlaufend eingesetzt.

Das Thema steht immer um 8mm nach links in den Seitenrand herausgerückt.

Gesamttextfläche: 135mm x 238mm

Logo: 100% (36mm)



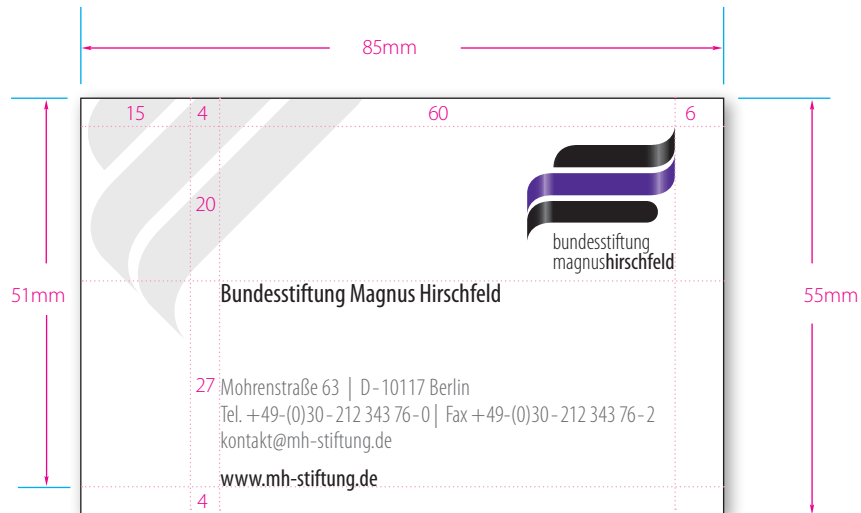
3.1 Personalisierte Visitenkarten

Die Textblöcke sind nach unten ausgerichtet. Das verbindliche Mass für die letzte Textzeile beträgt 51 mm vom oberen Rand.

1. Zeile Vorname Name (fett)
2. Zeile Funktionsbezeichnung
3. Zeile Leerraum
4. Zeile Straße Hausnummer, Landesbezeichnung, PLZ, Stadt
6. Zeile Telefonnummer | Faxnummer
7. Zeile Mobiltelefonnummer (fakultativ) | E-Mail
8. Zeile Halber Leerraum
9. Zeile Internetadresse (fett)

3.2 Visitenkarten ohne Personalisierung

Die Textblöcke sind nach unten ausgerichtet. Das verbindliche Mass für die letzte Textzeile beträgt 51 mm vom oberen Rand.



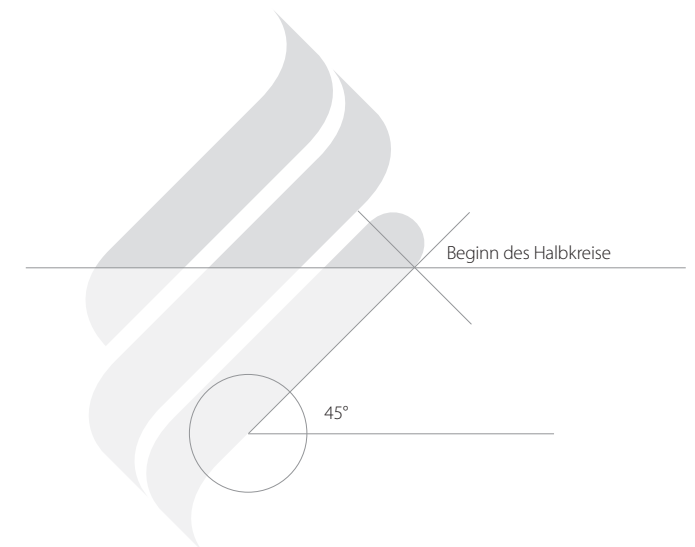
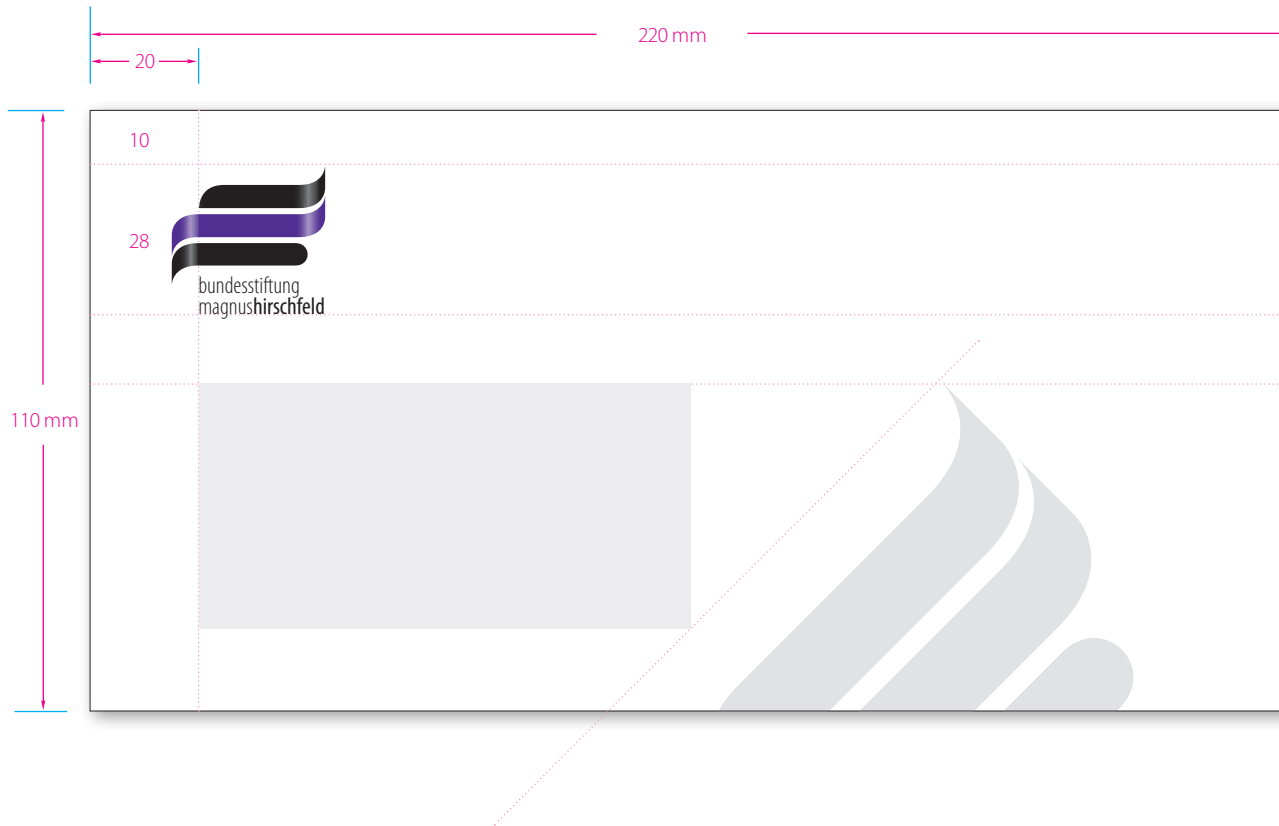
1. Zeile Bundesstiftung Magnus Hirschfeld
2. Zeile Leerraum
3. Zeile Leerraum
4. Zeile Straße Hausnummer, Landesbezeichnung, PLZ, Stadt
6. Zeile Telefonnummer | Faxnummer
7. Zeile E-Mail
8. Zeile Halber Leerraum
9. Zeile Internetadresse (fett)

4.1 Kuverts

DIN lang mit Fenster 220 x 110 mm

Das Logo wird mit seiner Schriftachse am Fenster des Briefumschlages ausgerichtet und aus produktionstechnischen Gründen einen Zentimeter vom oberen Rand platziert.

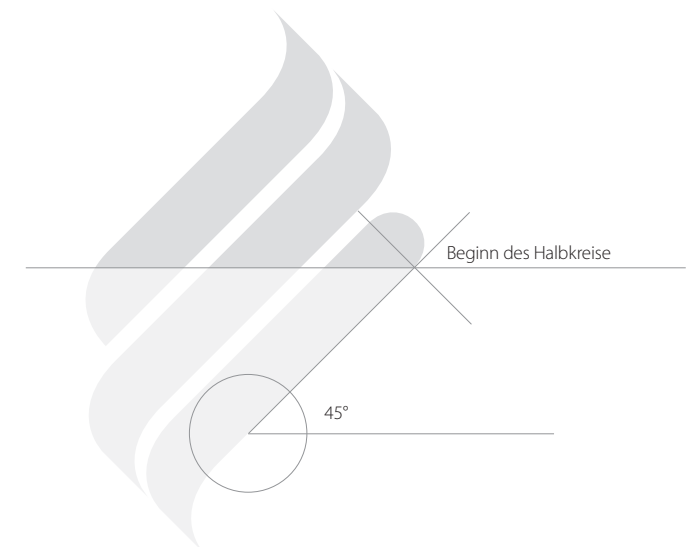
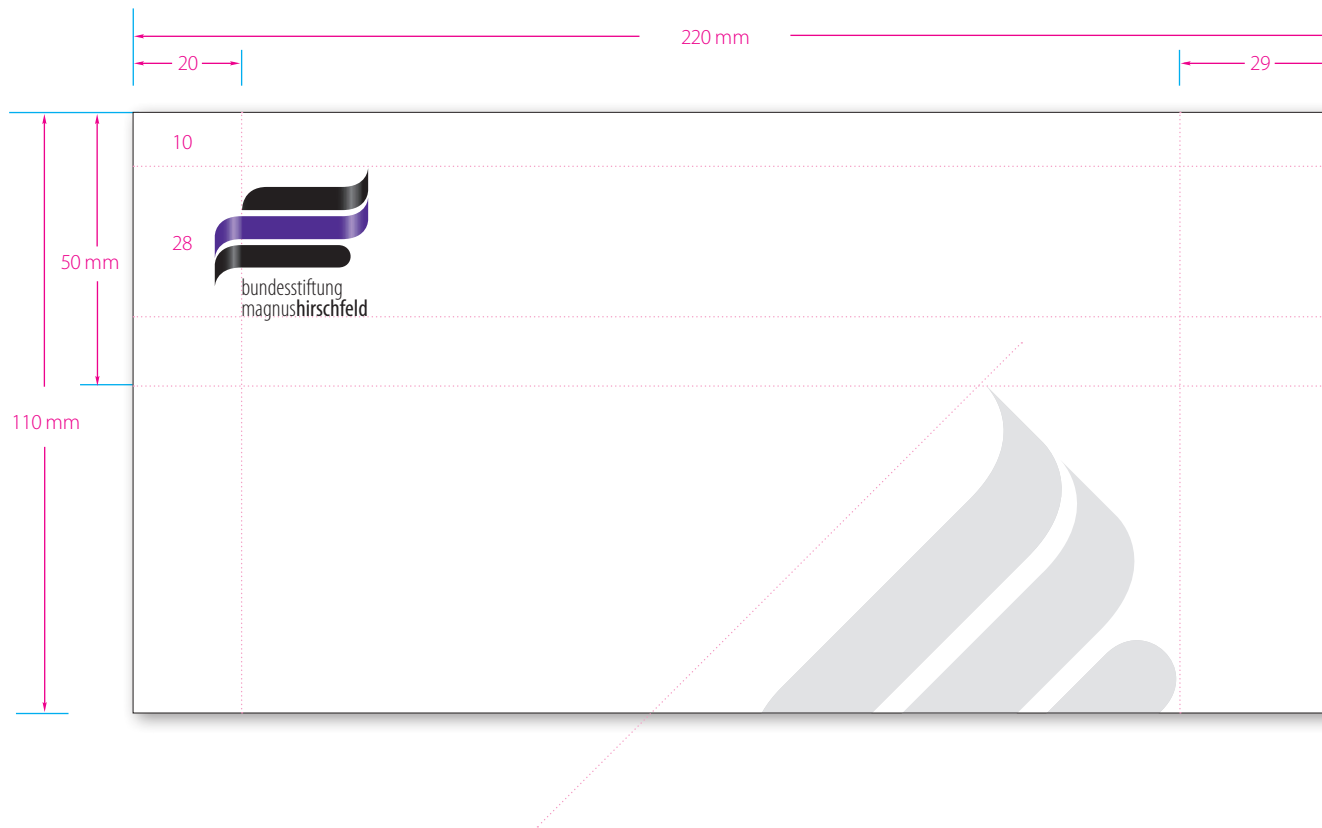
Die Größe und Platzierung des Key-Visuals richtet sich nach der rechten Ober- und Unterkante des Fensters.



4.2 Kuverts

DIN lang ohne Fenster 220 x 110 mm

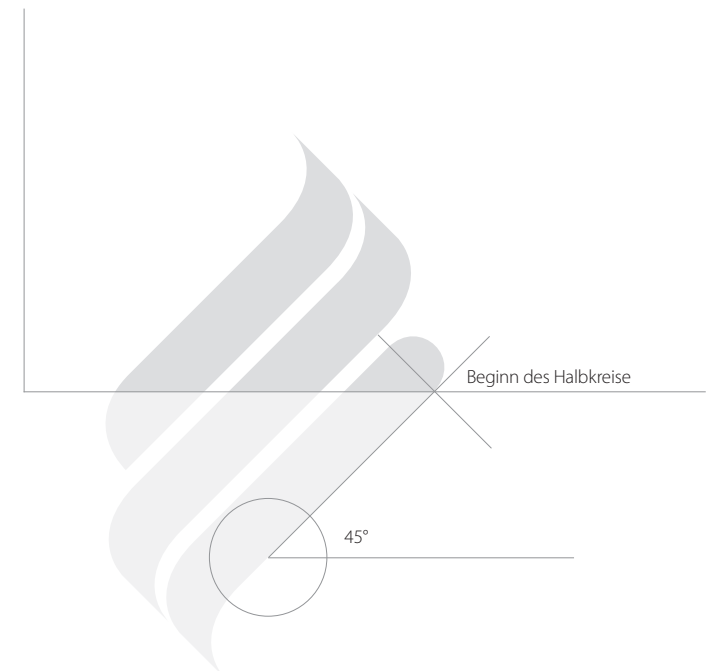
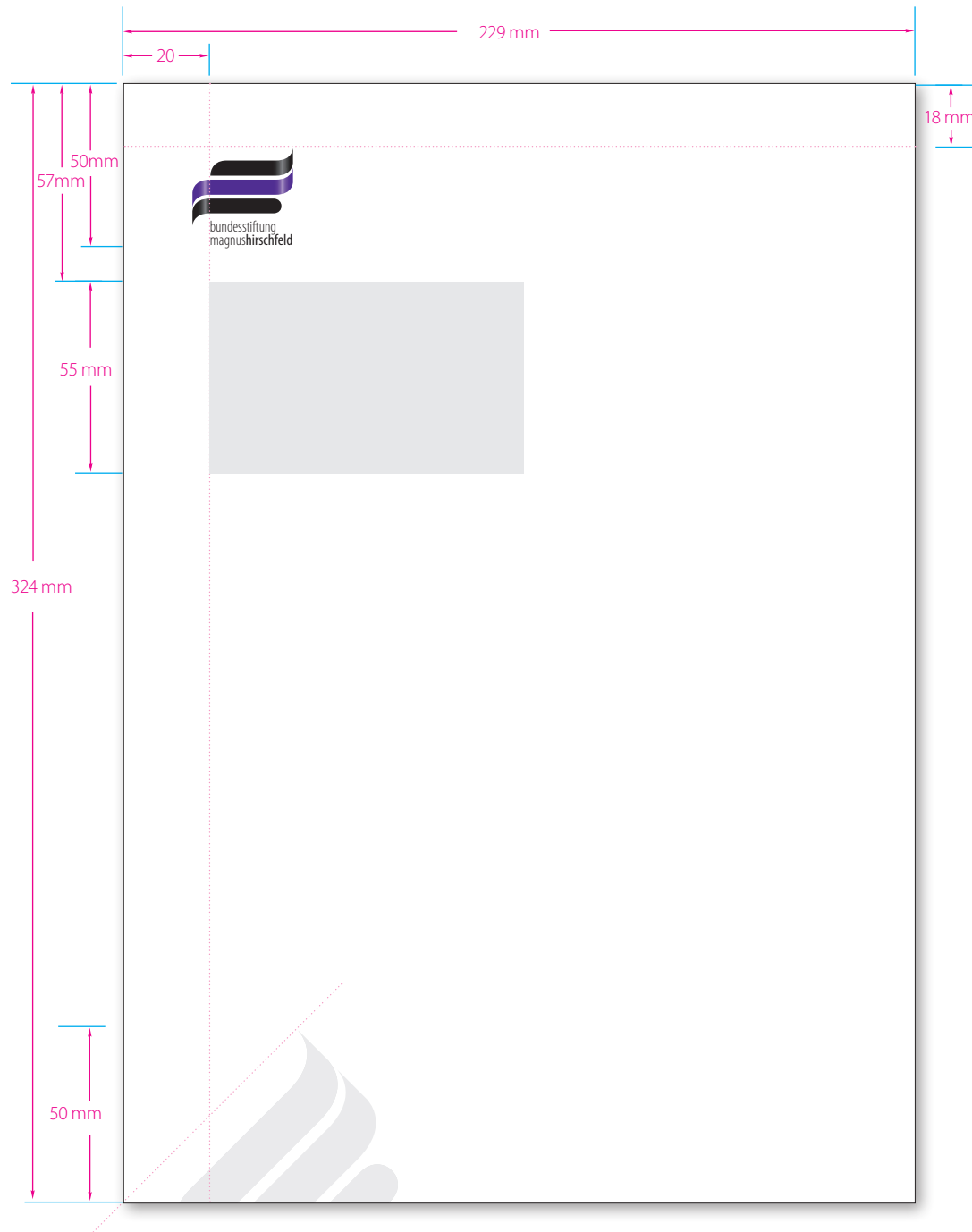
Das Logo wird mit seiner Schriftachse im Abstand von 20mm vom linken Rand des Briefumschlages ausgerichtet und aus produktionstechnischen Gründen einen Zentimeter vom oberen Rand platziert.

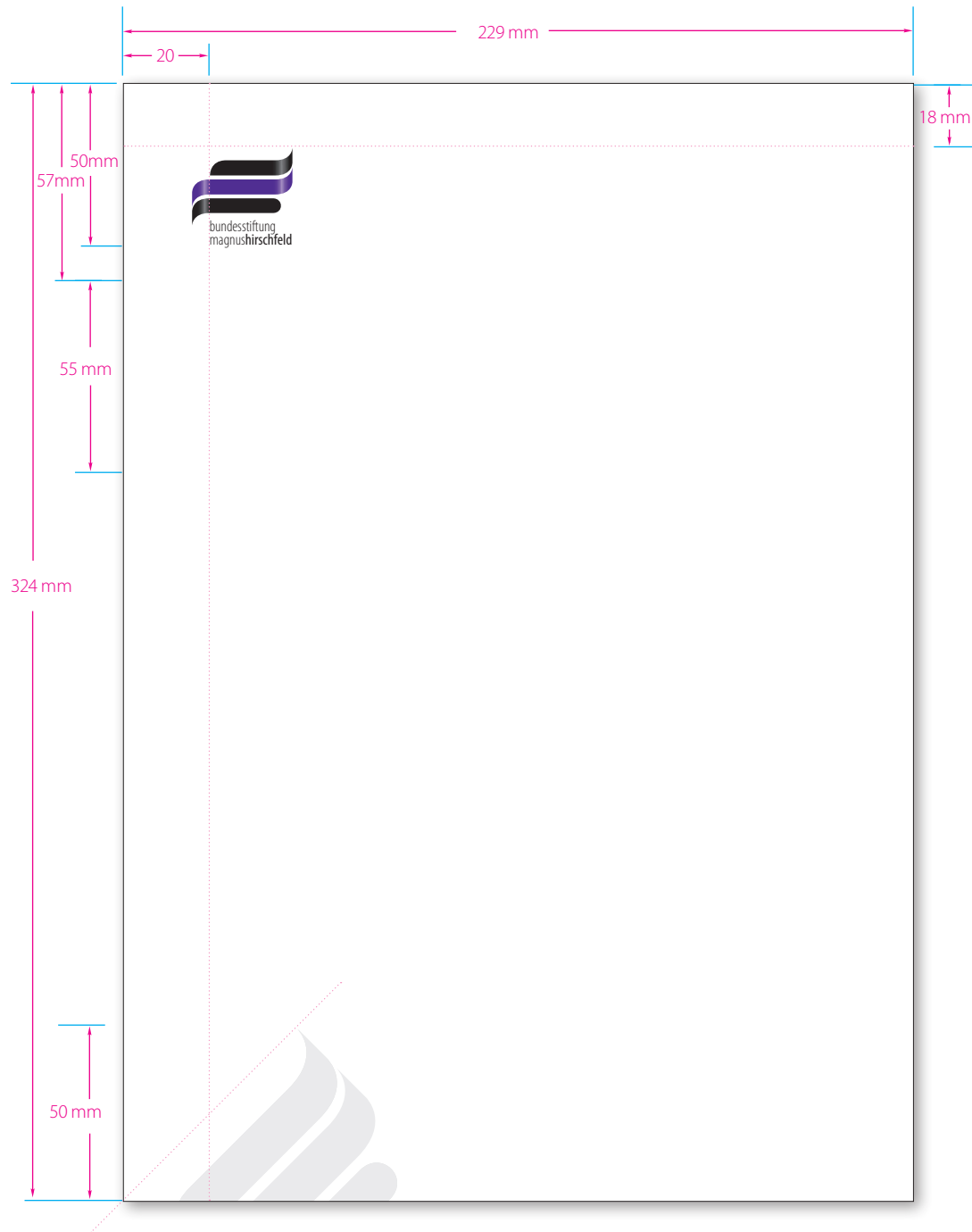


4.3 Kuverts

DIN C4 mit Fenster 229 x 324 mm

Das Logo wird mit seiner Schriftachse im Abstand von 20mm vom linken Rand und wird 18mm vom oberen Rand des Briefumschlages platziert.

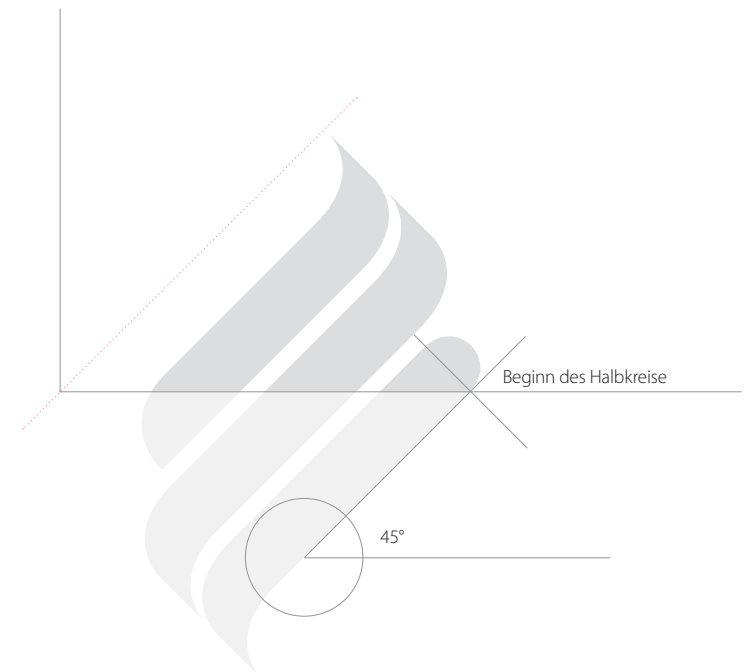


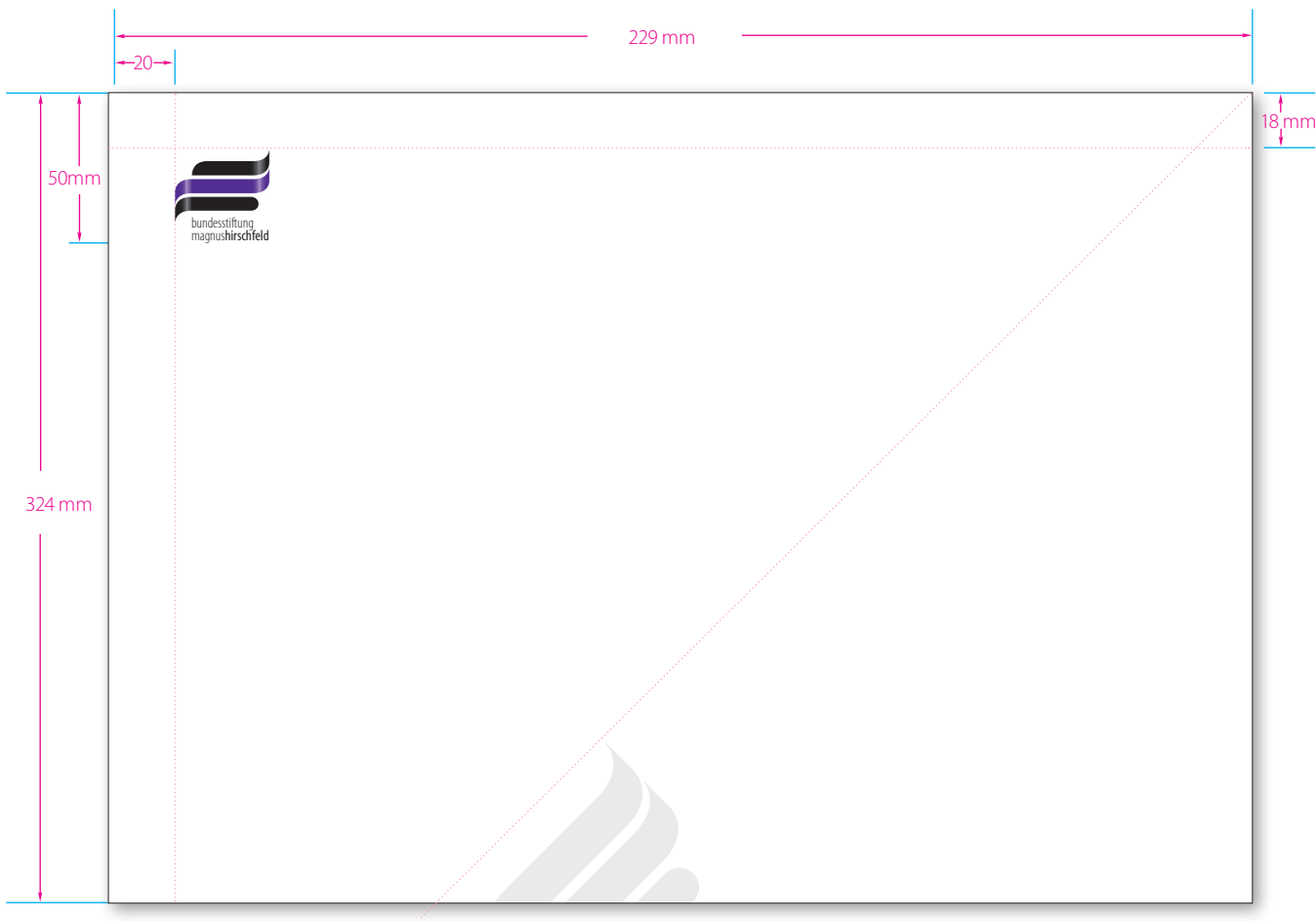


4.3 Kuverts

DIN C4 ohne Fenster 229 x 324 mm

Das Logo wird mit seiner Schriftachse im Abstand von 20mm vom linken Rand und wird 18mm vom oberen Rand des Briefumschlages platziert.

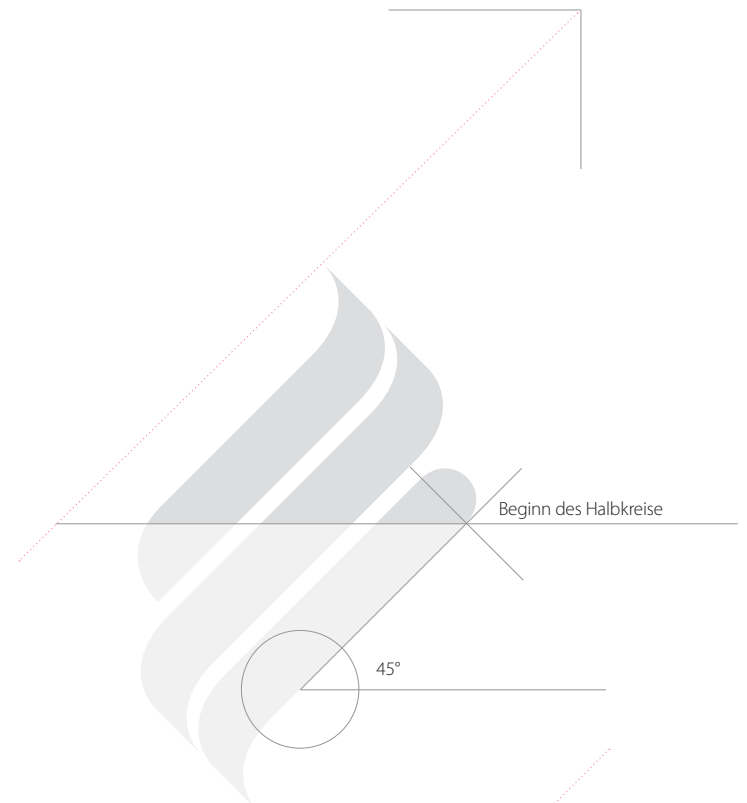




4.4 Kuverts

DIN B4 ohne Fenster 250 x 353 mm

Das Logo wird mit seiner Schriftachse im Abstand von 20mm vom linken Rand und wird 18mm vom oberen Rand des Briefumschlages platziert.





Basiselement (entspricht der Höhe einer Balkengeraden)
Bei 100% Logogröße sind das 8,5 mm

5.1 Co Branding

Bei der Gestaltung von Kommunikationsmitteln in Zusammenarbeit mit externen Partnern muss hauptsächlich auf den Schutzraum geachtet werden.



6.0 Präsentation

Die Gestaltung der Präsentationsvorlagen orientiert sich an der Geschäftskorrespondenz unter besonderer Berücksichtigung der spezifischen Gegebenheiten von Bildschirmanwendungen.



6.1 PowerPoint Titelseite

Auf der Titelseite einer PowerPoint-Präsentation sind neben dem Titel und dem Thema anzubringen.

Als Schriftart dient die Myriad Pro.

Kopfbereich:

Dieser Bereich ist für das Logo und die URL der Bundesstiftung reserviert und darf nicht anderweitig belegt werden.

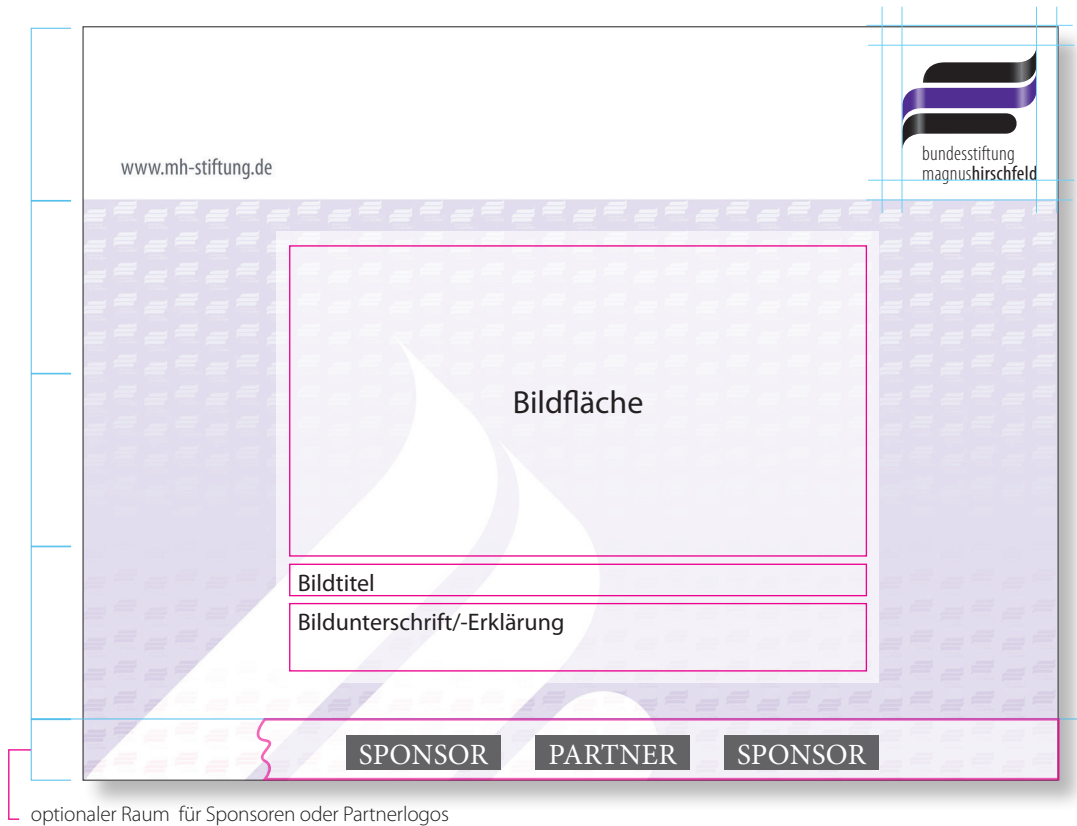
Inhaltsbereich:

Die Mustertitelfolie besitzt Platzhalter für den Titel der Präsentation. Dieser wird in gemischten Buchstaben und in schwarz in der Größe 44 Pt linksbündig geschrieben.

Ein weiterer Platzhalter ist für das Thema reserviert. Dieses wird ebenfalls linksbündig und in gemischten Buchstaben geschrieben. Das Thema unterscheidet sich in der Schriftgröße (32 Pt) und in der Schriftfarbe (35% heller).

Logos:

Raum für Sponsoren- und Partnerlogos.



6.2 PowerPoint Inhaltsseite

Die Inhaltsseite der PowerPoint-Präsentation steht in unterschiedlichen Varianten zur Verfügung. Die Entscheidung, welche Variante zum Einsatz kommt ist von den darzustellenden Inhalten abhängig. Die Schriftgröße sollte nach Möglichkeit nicht verkleinert werden. Auf einer Folie sollten nicht mehr als zehn Punkte präsentiert werden.

Es stehen Varianten für:

- Erklärung und Titel
- Einleitungstext
- Liste (Thema, Referent_in)
- Überschrift und Fließtext
- Überschrift, Text und Liste
- Bild, Bildtitel und Bildunterschrift/-Erklärung
- leer

zur Verfügung