

Forum Deutsche Sprache Corporate Manual (Zwischenstand 03 26)

- 01 Logo
 - 02 Typografie
 - 03 Farbwelt
 - 04 ...
-

01 Logo

Logo

Das Logo ist als Wortmarke gestaltet und basiert typografisch auf der Hausschrift ABC Favorit. Durch den Einsatz der Primärschrift wird die Markenidentität gestärkt und eine visuelle Einheit zwischen Logo und sämtlichen Kommunikationsmitteln geschaffen.

Das Logo ist in seiner definierten Gestaltung verbindlich und darf weder in Form, Farbe, Proportion noch in typografischen Details verändert werden. Eine konsistente und unveränderte Verwendung ist Voraussetzung für eine klare, professionelle und wiedererkennbare Markenidentität.

FORUM
DEUTSCHE
SPRACHE

Logo → Farbdefinition

Das Logo wird ausschließlich in Schwarz oder Weiß dargestellt. Eine farbliche Abwandlung oder Anwendung in alternativen Farbtönen ist nicht zulässig.

Die schwarze Version kommt auf hellen Hintergründen (primär Weiß) zum Einsatz. Die weiße Version (Negativvariante) ist auf dunklen oder kontrastreichen Hintergründen (primär Dunkelblau) zu verwenden, um eine optimale Lesbarkeit und Markenwirkung sicherzustellen.

Zur Gewährleistung der Barrierefreiheit ist bei der Platzierung auf farbigen Hintergründen stets auf ausreichenden Kontrast zu achten. Es wird empfohlen, die Kontrastwerte mit geeigneten digitalen Prüfwerkzeugen (Kontrast-Checker-Tools gemäß gängiger Accessibility-Standards) zu überprüfen.



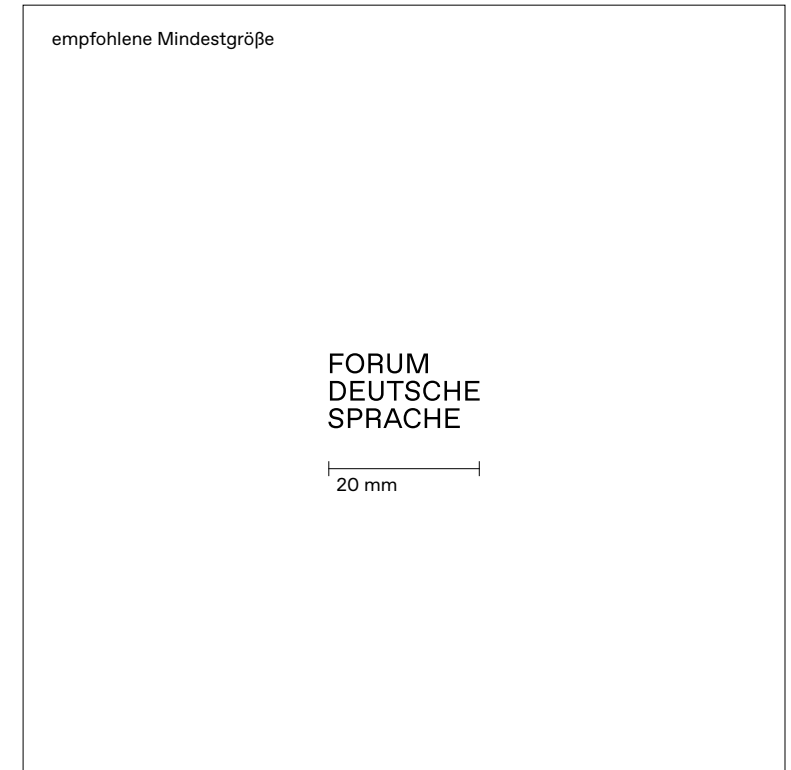
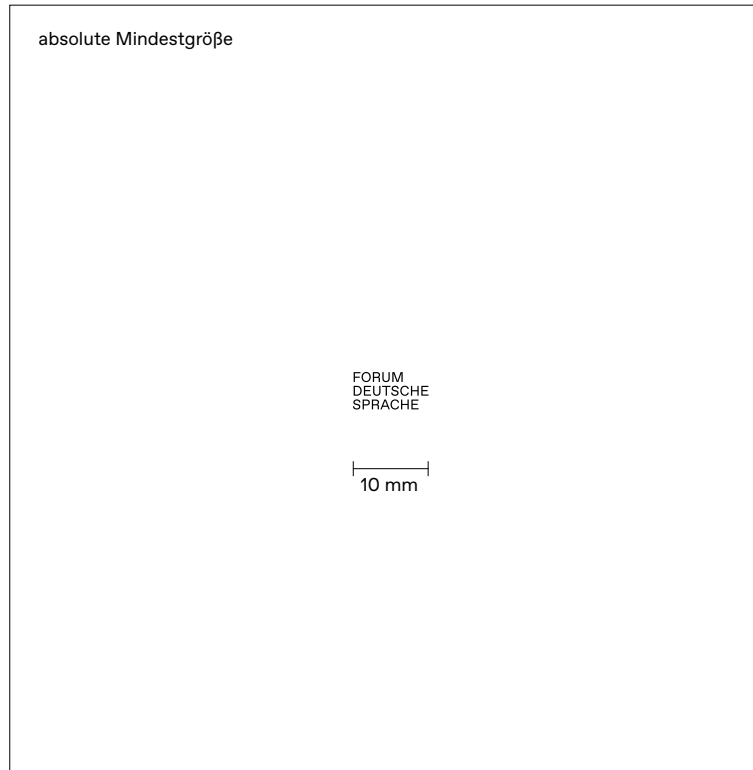
Logo → Mindestgröße

Um eine einwandfreie Lesbarkeit und eine klare Markenwahrnehmung sicherzustellen, sind definierte Mindestgrößen für die Anwendung des Logos einzuhalten.

Die empfohlene Mindestgröße beträgt 20 mm (2 cm) in der Breite, entsprechend 9,93 mm in der Höhe.

Die absolute Mindestgröße beträgt 10 mm (1 cm) in der Breite, entsprechend 4,96 mm in der Höhe.

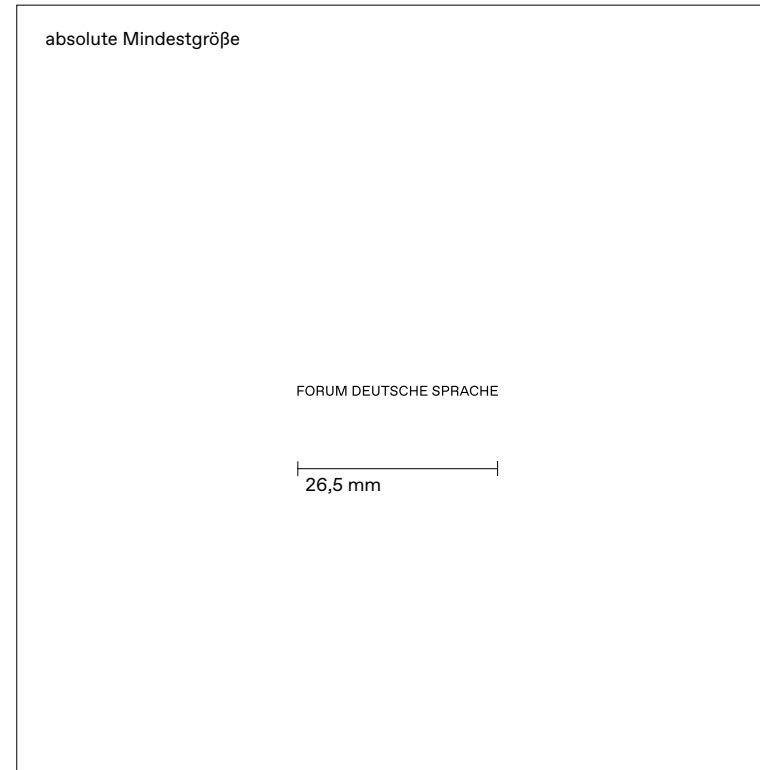
Bei hochwertigen Druckproduktionen oder besonderen Materialien (z. B. Prägung, Siebdruck, Textil) ist zusätzlich auf Produktionsbedingungen und mögliche Detailverluste zu achten. In Zweifelsfällen ist vor Umsetzung eine Sichtprüfung oder ein Probedruck durchzuführen.



Logo → Mindestgröße → Sonderfälle

In Ausnahmefällen, bei denen die absolute Mindestgröße aus produktionstechnischen oder formatbedingten Gründen nicht realisierbar ist (z. B. bei sehr kleinen Platzierungen auf Werbemitteln wie Kugelschreibern) kann auf eine einzeilige Ausnahmelogo-Variante zurückgegriffen werden.

Die absolute Mindestgröße beträgt in diesem Fall 26,5 mm in der Breite.

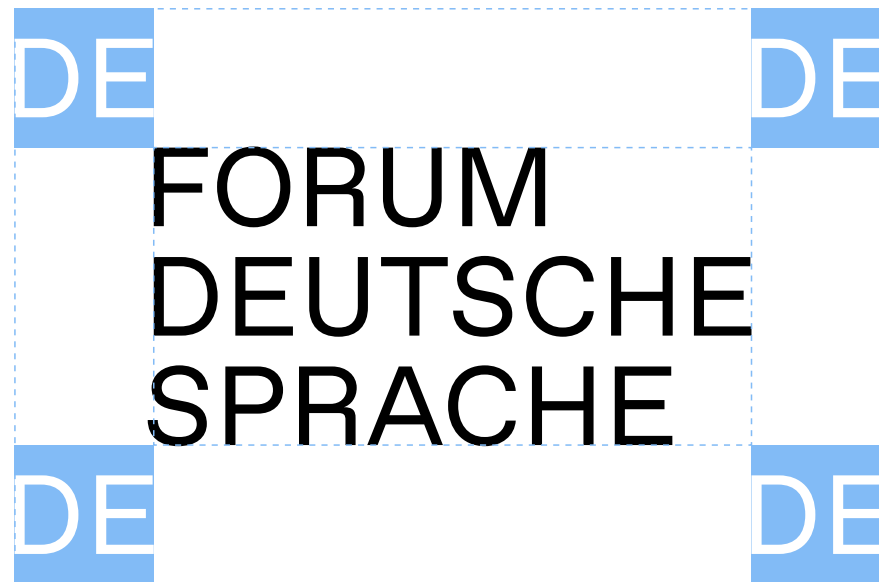


Logo → Schutzzone

Zur Sicherstellung einer klaren visuellen Wirkung ist um das Logo stets eine definierte Schutzzone einzuhalten. Diese gewährleistet, dass die Wortmarke frei steht und nicht durch andere Gestaltungselemente, Texte oder Bilder in ihrer Wirkung oder Lesbarkeit beeinträchtigt wird.

Die Größe der Schutzzone ergibt sich aus der Breite der aus dem Logo entnommenen Buchstabenkombination „DE“. Dieses Maß definiert den Mindestabstand, der umlaufend um das Logo einzuhalten ist.

Innerhalb dieser definierten Fläche dürfen sich keine weiteren Elemente befinden.



Logo → Schutzzone

Die definierte Schutzzone ist in den bereitgestellten Logodateien bereits berücksichtigt und entsprechend angelegt.

Bei der Platzierung des Logos ist darauf zu achten, dass diese integrierte Schutzzone nicht durch Beschnitt, Randverkürzungen oder angrenzende Gestaltungselemente eingeschränkt wird.

Auch bei Skalierungen bleibt die Schutzzone proportional erhalten und darf weder manuell verändert noch entfernt werden.



FORUM
DEUTSCHE
SPRACHE

Logo → Platzierung

Das Logo wird bevorzugt in der oberen linken Ecke von Anwendungen platziert – sowohl im Print- als auch im Digitalbereich. Diese Positionierung entspricht der natürlichen Leserichtung sowie der Anordnung des Logos und gewährleistet eine klare, konsistente Markenpräsenz.

Bei Anwendungen desselben Typs und Formats (z. B. Broschüren oder Präsentationen) ist darauf zu achten, dass das Logo in identischer Größe und an derselben Position eingesetzt wird. Eine konsistente Platzierung stärkt die Wiedererkennbarkeit und sorgt für ein geschlossenes, systematisches Erscheinungsbild.

Abweichende Logo-Platzierungen (z. B. links unten) sind in begründeten Fällen zulässig, sofern gestalterische, inhaltliche oder formatbedingte Anforderungen dies erforderlich machen.

Beispiele



Logo → Bereitgestellte Dateiformate

Das bereitgestellte Logopakete ist in zwei Hauptordner unterteilt: CMYK und RGB. Die Struktur gewährleistet eine mediengerechte und technisch korrekte Anwendung des Logos in Print- und Digitalumgebungen.

CMYK-Ordner

Der CMYK-Ordner enthält Dateien für den professionellen Druckbereich.

Enthalten sind:

- EPS-Dateien (vektorbasiert) in Schwarz und Weiß
- JPG-Dateien (pixelbasiert) in Schwarz

Die EPS-Dateien sind für alle hochwertigen Druckanwendungen zu verwenden, da sie eine verlustfreie Skalierung ermöglichen.

RGB-Ordner

Der RGB-Ordner enthält Dateien für digitale Anwendungen.

Enthalten sind:

- SVG-Dateien (vektorbasiert) in Schwarz und Weiß
- PNG-Dateien (pixelbasiert) in Schwarz und Weiß

SVG-Dateien sind bevorzugt für Web- und Screenanwendungen zu verwenden, da sie skalierbar und performance-optimiert sind. PNG-Dateien eignen sich insbesondere für Anwendungen mit transparentem Hintergrund.

02 Typografie

Primärschrift → ABC Favorit

Die ABC Favorit ist die verbindlich definierte Primärschrift des Unternehmens und prägt maßgeblich den visuellen Markenauftritt. Als zentrales Element der typografischen Gestaltung stärkt sie die Markenidentität und gewährleistet ein konsistentes, hochwertiges sowie klar wiedererkennbares Erscheinungsbild über alle Kommunikationskanäle hinweg.

Die Schrift kommt in drei Schriftschnitten zum Einsatz:

ABC Favorit Book

- Headlines
- Fließtexte
- Bildcredits

ABC Favorit Book Italic

- Zitate
- Übersetzungen (z. B. Englisch)

ABC Favorit Bold

- Subheadlines
- Hervorhebungen innerhalb von Texten (sparsam)

ABC Favorit Book

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

ABC Favorit Book Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789*

ABC Favorit Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789**

Sekundärschrift → ABC Favorit Mono

Ergänzend zur Primärschrift kommt die ABC Favorit Mono als Sekundärschrift zum Einsatz. Sie erweitert das typografische System und unterstützt den Markenauftritt durch eine charakterstarke Ergänzung.

Die ABC Favorit Mono wird insbesondere für Anwendungsbereiche verwendet, die eine technische, strukturierende oder akzentuierende Typografie erfordern:

- Spitzmarken (z. B. bei Präsentationen)
- Fußnoten
- Quellenangaben
- Datumsangaben

ABC Favorit Mono Book

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz
0123456789

Korrespondenzschrift

Für die externe und interne Geschäftskorrespondenz wird grundsätzlich die Schriftart Noto Sans verwendet. Arial ist eine systemübergreifend verfügbare Standardschrift und gewährleistet eine einheitliche Darstellung auf allen gängigen Endgeräten und Betriebssystemen. Insbesondere in der digitalen Kommunikation (z. B. E-Mails und Office-Dokumente) ist die Verwendung einer Systemschrift notwendig, um Darstellungsfehler, automatische Schrift-Ersetzungen und Layoutverschiebungen zu vermeiden.

Noto Sans Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz 0123456789

Noto Sans Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz 0123456789

Korrespondenzschrift

Für kyrillische und arabische Texte wird ebenfalls die lizenzfreie Noto Sans. Sie gewährleistet Konsistenz im Erscheinungsbild, hohe Lesbarkeit und einen barrierefreien Zugang über Sprachräume hinweg.

Arabisch

لمزيد من المعلومات تفضل بزيارة الموقع

Türkisch

Daha fazla bilgi için

Polnisch

Więcej informacji znajdą Państwo na stronie

Ukrainisch

Більше інформації ви можете знайти на сайті
на сайті

03 Farbwelt

Farbwelt

Die definierten Farben dürfen grundsätzlich frei eingesetzt werden. Bei der Kombination von Farben ist jedoch stets auf ausreichende Kontraste zu achten. Werden zwei Farben direkt aufeinander platziert – beispielsweise bei Text auf farbigem Hintergrund oder bei grafischen Elementen – müssen sie eine gute Lesbarkeit und Barrierefreiheit gewährleisten.

**Tiefblau**

hex
#0a0059

rgb
10|0|89

cmyk
90|80|0|40

Hellblau

hex
#82bbf6

rgb
130|187|246

cmyk
40|10|0|0

Flieder

hex
#a69dcd

rgb
166|157|205

cmyk
40|40|0|0

Orange

hex
#ef7d00

rgb
239|125|0

cmyk
0|50|100|0

Weiß

hex
#ffffff

rgb
255|255|255

cmyk
0|0|0|0

Schwarz

hex
#000000

rgb
0|0|0

cmyk
60|40|40|100

Farbverlauf

Aus den Primärfarben wurden Farbverläufe abgeleitet, die einen zentralen Bestandteil des Corporate Designs bilden und die visuelle Identität maßgeblich prägen.

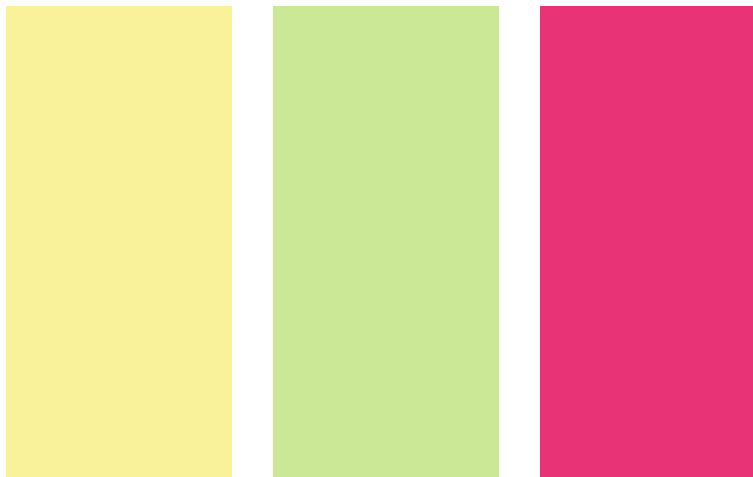
Diese Farbverläufe fungieren als gestalterisches Leitelement (Key-Visual-Motiv) und kommen insbesondere großflächig, beispielsweise auf Covern, zum Einsatz. Sie erweitern die statische Farbwelt um eine dynamische Komponente.



Farbwelt → Kinder

Für Anwendungen, die sich an Kinder richten, stehen ergänzend zur definierten Markenfarbwelt drei zusätzliche Farben zur Verfügung. Diese erweitern den gestalterischen Spielraum und ermöglichen eine zielgruppengerechte, lebendige Ansprache, ohne die Wiedererkennbarkeit der Marke zu beeinträchtigen.

Die Zusatzfarben sind ausschließlich in Kommunikationsmitteln einzusetzen, die sich explizit an Kinder als Zielgruppe richten. In allen anderen Anwendungen bleibt die primäre Markenfarbwelt verbindlich.



Gelb

hex
#faf19b

rgb
250|241|155

cmyk
0|0|40|0

Grün

hex
#cbe896

rgb
203|232|150

cmyk
20|0|50|0

Magenta

hex
#e83377

rgb
232|51|119

cmyk
0|100|20|0