

AGENTUR FÜR WIRTSCHAFT & ENTWICKLUNG

CORPORATE DESIGN



Agentur für
Wirtschaft & Entwicklung



Gemeinsame Richtlinien für ein einheitliches Auftreten

Das Design Manual der Agentur für Wirtschaft & Entwicklung legt die Standards eines einheitlichen Erscheinungsbildes fest. Dieses Dokument beinhaltet die Basiselemente (Logo, Farben, Typografie, Bild- und Formsprache), welche dabei helfen sollen, die Gestaltungsrichtlinien konsequent einzuhalten. Außerdem finden sich Angaben zur Geschäftsausstattung sowie zu Print- und Digitalmedien in dem CD-Manual wieder.

Gestalterische Freiheit

Gestaltungsregeln sind nicht dazu da, blind eingehalten zu werden, sondern erfordern einen verantwortungsvollen Umgang. Es wird einzelne Fälle geben, die hier nicht dargestellt sind oder bei denen eine Regel zu erweitern ist, um dem Inhalt der AWE gerecht zu werden.

Dreiecksanordnung der Bildmarke



Die Konturstärke
der Schraffur ist fest-
gelegt und darf nicht
verändert werden.

01

BASISELEMENTE

1.1 LOGO

Das Logo der Agentur für Wirtschaft & Entwicklung ist eine Wort-Bild-Marke. Es wird stets auf einfarbigem Hintergrund platziert. Die **Wortmarke** besteht aus der Schriftfamilie „BundesSans“ im Schriftschnitt „Medium“.

Drei ineinandergreifende Dreiecksflächen bilden die **Bildmarke**. Dabei steht die Überlagerung der Flächen sinnbildlich für die Schlagworte: „Vernetzung“, „Austausch“ und „Gemeinsam“. Durch die Schraffur entsteht zusätzliche Dynamik, die den Charakter der Aussage verstärkt. Die Konturstärke der Schraffur darf nicht verändert werden.

Die Bild- und Wortmarke erscheinen zusammen und werden nicht voneinander getrennt. Ausnahmen bilden digitale Sonderfälle, bei denen kein Platz für die Wort-Bild-Marke besteht, darf die Bildmarke allein verwendet werden. Ein Beispiel stellt das Profilbild in Social Media dar.

Zulässige Logovarianten im Überblick



Primärlogo farbig auf 100 % weiß



Primärlogo farbig auf 100 % schwarz



Sekundärlogo auf 100 % weiß



Sekundärlogo auf 100 % schwarz



Logo Bildmarke für Sonderfälle auf 100 % weiß

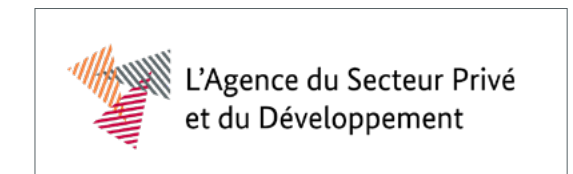
Sprachvarianten

Das Logo der AWE gibt es neben der deutschsprachigen Variante, auch in Französisch und in Englisch.

Logovariante Englisch



Logovariante Französisch



Schutzraum

Die Wort-Bild-Marke verfügt über eine Schutzzone, in der kein anderes Element platziert werden darf. Die Schutzzone ergibt sich aus dem Abstand des seitenhalben Bildmarkengröße „x“, welches einen ausreichenden Weißraum um das Logo herum gewährleistet.



Schutzzonebasis ist die quadratische Größe der Bildmarke „x“.



Die umlaufende Schutzzone wird durch die Höhe = Breite von „x/2“ definiert.

Mindestgröße und Positionierung

Das Logo darf für den Einsatz im Printbereich eine Breite von 35 mm und im Digitalbereich von 150 px nicht unterschreiten. Das Logo darf im linken unteren oder rechten unteren Bereich platziert werden.

Mindestbreite im Printbereich: 35 mm (Originalgröße)



Mindestbreite im Digitalbereich: 150 px



Integration des Logos im Layout

Das gefärbte Logo ist das Primärlogo und sollte mit oberster Priorität verwendet werden. In Fällen, in denen ein vollflächiger Hintergrund verwendet wird, wird eine weiße Fläche unter das Logo gelegt.

Fläche oben ausgerichtet



Fläche unten ausgerichtet



Beispiele vom Primärlogo im Layout



Unzulässige Varianten

Eine Änderung der Farbe oder der Komposition des Logos sind nicht gestattet. Im Folgenden werden Beispiele für unzulässige Logodarstellungen gezeigt.

Unzulässige Logovarianten im Überblick



unproportional skalieren



Farbliche Veränderung

Anordnung der Logo-Elemente tauschen



Veränderung und Neuordnung der Logo-Komposition mit anderen Marken

Verantwortlich für Layout und Inhalt:



ressourcenmangel an der Panke GmbH
Ihre Ansprechpartnerinnen: Lisa Treiling und Celeste Copes
Schlesische Straße 26, 10997 Berlin

Tel. +49(0)30 59 00 37 355
Fax +49(0)30 13880859
www.ressourcenmangel.de