



Residenzstraße
einzig[anders]artig

Aktives Zentrum Residenzstraße

Corporate Design Handbuch

Richtlinien für die visuelle Kommunikation

Einleitung

Corporate Design ist das visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens und soll das Unternehmen (hier das Aktive Zentrum Residenzstraße) nach innen und außen als Einheit erscheinen lassen. Dies erfolgt insbesondere durch formale Gestaltungskonstanten, z.B. Logo, Schrift, Farben und Formen.

Das vorliegende Corporate Design Handbuch stellt die Gestaltungsrichtlinie dar, die festlegt, wie die Gestaltungskonstanten des AZ Residenzstraße in den für das Fördergebiet wichtigsten Anwendungsbereichen einzusetzen sind. Dies sind im Wesentlichen:

- Broschüren
- Flyer
- Postkarten
- Plakate
- Roll-ups
- PowerPoint-Präsentationen
- Give-Aways

Um die Wiedererkennung zu gewährleisten, ist den Festsetzungen Folge zu leisten. Abweichungen sind nur in Ausnahmefällen zulässig und mit den verantwortlichen Personen abzusprechen (s. Seite 8 in diesem Handbuch).

Impressum

Herausgeber:
Bezirksamt Reinickendorf von Berlin
Abt. Finanzen, Personal, Stadtentwicklung und Umwelt
FB Stadtplanung und Denkmalschutz
Eichborndamm 215
13437 Berlin

Corporate Design & Gestaltung:
VorSprung Design & Kommunikation
info@werbe-vorsprung.de
www.werbe-vorsprung.de

Inhalt

1. Grundlagen	5
1.1 Das Aktive Zentrum Residenzstraße	6
1.2 Vorlagen und Logodateien	7
1.3 Ansprechpartner	8
2. Gestaltungselemente	9
2.1 Logos	10
2.1.1 Das Logo des AZ Residenzstraße (Gebietslogo)	10
2.1.2 Fremdlogos	12
2.1.3 Logoleiste des Programms	12
2.2 Das Resi	13
2.2.1 Das Resi als untergeordnetes Gestaltungselement	13
2.2.2 Das Resi als zentrales Gestaltungselement	14
2.2.3 Bestehende Resivarianten	15
2.3 Claim	19
2.4 Farben	22
2.4.1 Basisfarben	22
2.4.2 Schmuckfarben	22
2.5 Schriften/Typografie	24
2.5.1 Schriftarten	24
2.5.2 Aufzählungen	25
2.6 Formen	26
2.6.1 Sonderfläche	27
2.6.2 Pfeile	27
2.7 Bilder	28
3. Anwendungen	29
3.1 Grundsätze zur Gestaltung	30
3.2 Vorgaben zur Gestaltung ohne Resi im Mittelpunkt	31
3.2.1 Titel ohne Bilder	32
<i>DIN A4/Broschüre – ohne Fremdlogo</i>	32
<i>DIN A4/Broschüre – mit Fremdlogo</i>	33
<i>DIN A5/Broschüre – ohne Fremdlogo</i>	34
<i>DIN A5/Broschüre – mit Fremdlogo</i>	35
<i>DIN Lang hoch/Flyer – ohne Fremdlogo</i>	36
<i>DIN Lang hoch/Flyer – mit Fremdlogo</i>	37
<i>DIN Lang quer/Postkarte – mit und ohne Fremdlogo</i>	38
<i>DIN A6/Postkarte – ohne Fremdlogo</i>	39
<i>DIN A6/Postkarte – mit Fremdlogo</i>	40

3.2.2	Titel mit Bildern	41
	<i>DIN A4/Broschüre – ohne Fremdlogo</i>	41
	<i>DIN A4/Broschüre – mit Fremdlogo</i>	42
	<i>DIN A5/Broschüre – ohne Fremdlogo</i>	43
	<i>DIN A5/Broschüre – mit Fremdlogo</i>	44
	<i>DIN Lang hoch/Flyer – ohne Fremdlogo</i>	45
	<i>DIN Lang hoch/Flyer – mit Fremdlogo</i>	46
	<i>DIN Lang quer/Postkarte – mit und ohne Fremdlogo</i>	47
	<i>DIN A6/Postkarte – ohne Fremdlogo</i>	48
	<i>DIN A6/Postkarte – mit Fremdlogo</i>	49
3.2.3	Titel mit mehreren Bildern	50
3.2.4	Plakate	52
	<i>Mit Vollbild</i>	53
	<i>Mit Vollbild und Fremdlogo</i>	54
	<i>Mit Teilbild</i>	55
	<i>Mit Teilbild und Fremdlogo</i>	56
	<i>Ohne Bild</i>	57
	<i>Ohne Bild, mit Fremdlogo</i>	58
3.3	Vorgaben zur Gestaltung mit Resi im Mittelpunkt	59
3.3.1	DIN A6/Postkarten	60
3.3.2	DIN Lang quer/Postkarten	61
3.3.3	Plakate	62
	<i>Ohne Fremdlogo</i>	62
	<i>Mit Fremdlogo</i>	63
3.4	Rückseiten	64
3.5	Sonstige Anwendungen	66
3.5.1	Roll-up	66
3.5.2	PowerPoint	67
3.5.3	Give-Aways	68

1. Grundlagen

1.1 Das Aktive Zentrum Residenzstraße	6
1.2 Vorlagen und Logodateien	7
1.3 Ansprechpartner	8

1.1 Das Aktive Zentrum Residenzstraße

Die **Residenzstraße** ist die traditionelle Geschäftsstraße in Reinickendorf Ost. Wie auch bei anderen Geschäftsstraßen in Berlin führte der Strukturwandel im Einzelhandel in Verbindung mit weiteren Faktoren zu einem Abwärtstrend.

Mit der Aufnahme der Residenzstraße in das Bund-Länder-Förderprogramm „**Aktive Stadt- und Ortsteilzentren**“ im Juli 2015, wurde der Grundstein zur Aufwertung der Geschäftsstraße zu einer attraktiven Einkaufsstraße gelegt.

Das Fördergebiet erstreckt sich entlang der Residenzstraße zwischen Kolpingplatz im Norden und Franz-Neumann-Platz im Süden und bezieht die angrenzenden Wohnquartiere sowie die Grün- und Freiflächen Klemkepark, am Breikopfbecken und am Schäfersee mit ein.

Zukünftig sollen mit finanzieller Unterstützung des Bundes und des Landes Berlin Maßnahmen realisiert werden, die im Rahmen eines Integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (ISEK) im Vorfeld erarbeitet wurden. Ein Ziel ist es dabei, das Image der Straße zu verbessern und sie stärker in den Fokus von Anwohnern und Anwohnerinnen sowie Besuchern und Besucherinnen zu rücken.

Um die Residenzstraße und ihre Umgebung werbewirksam präsentieren zu können, ist für das Gebiet **ein Corporate Design und ein Logo mit Claim** entwickelt worden, das die Grundlage dieses Manuals darstellt. Zur Verbesserung und Vereinheitlichung der Außendarstellung sollen auch alle Akteure im Gebiet das Design und Logo kostenfrei für ihre Zwecke nutzen können.



1.2 Vorlagen und Logodateien

Es stehen verschiedene Gestaltungsdateien und -vorlagen zur Verfügung. Diese sind im Einzelnen:

- Logo mit und ohne Claim in verschiedenen Farbmodi
- Logoleiste in zwei Varianten
- Resi in verschiedenen Varianten (vgl. S. 15 ff.)
- PowerPoint-Vorlagen in 4:3 und 16:9
- Indesignvorlagen für:
 - + Flyer (DIN Lang hoch, 6 Seiten)
 - + Postkarten (DIN A6 hoch und DIN Lang quer)
 - + Plakate (DIN A4 bis DIN A1)
 - + Newsletter (DIN A4)

Die Vorlagen sind ausschließlich für Veröffentlichungen im Rahmen des Aktiven Zentrums Residenzstraße zu verwenden. Vor dem Druck ist die Zustimmung zur Veröffentlichung bei den verantwortlichen Personen einzuholen (s. Seite 8).

Informationen zur Verfügbarkeit der Vorlagen sind zu finden unter www.zukunft-residenzstrasse.de oder bei den Ansprechpartnern (s. Seite 8).

1.3 Ansprechpartner

Beauftragte für das Aktive Zentrum Residenzstraße

S.T.E.R.N. Gesellschaft der behutsamen Stadterneuerung mbH
Straßburger Straße 55
10405 Berlin

Frau Barbara Neubauer
Telefon: 030 / 44 36 36 43
E-Mail: neubauer@stern-berlin.de

Beauftragte für das Geschäftsstraßenmanagement

Planergemeinschaft für Stadt und Raum eG
Lietzenburger Straße 44
10789 Berlin

Herr Winfried Pichierri
Telefon: 030 / 88 59 14 32
E-Mail: w.pichierri@planergemeinschaft.de

Bezirksamt Reinickendorf von Berlin

Abt. Finanzen, Personal, Stadtentwicklung und Umwelt
FB Stadtplanung und Denkmalschutz
Eichborndamm 215
13437 Berlin

Stefan Welskop
Telefon: 030 / 902 94 - 30 24
Email: stefan.welskop@reinickendorf.berlin.de

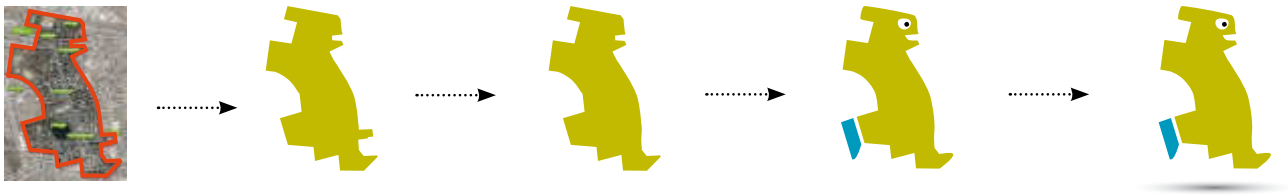
2. Gestaltungselemente

2.1 Logos	10
2.1.1 Das Logo des AZ Residenzstraße (Gebietslogo)	10
2.1.2 Fremdlogos	12
2.1.3 Logoleiste des Programms	12
2.2 Das Resi	13
2.2.1 Das Resi als untergeordnetes Gestaltungselement	13
2.2.2 Das Resi als zentrales Gestaltungselement	14
2.2.3 Bestehende Resivarianten	15
2.3 Claim	19
2.4 Farben	22
2.4.1 Basisfarben	22
2.4.2 Schmuckfarben	22
2.5 Schriften/Typografie	24
2.5.1 Schriftarten	24
2.5.2 Aufzählungen	25
2.6 Formen	26
2.6.1 Sonderflächen	27
2.6.2 Pfeile	27
2.7 Bilder	28

2.1 Logos

2.1.1 Das Logo des AZ Residenzstraße (Gebietslogo)

Das Logo des Aktiven Zentrums (AZ) Residenzstraße wurde aus dem Umriss des Aktionsgebietes entwickelt. Die sich hier spontan ergebende Assoziation „sieht aus wie ein lebendiger Kiez/Lebewesen“ erfuhre eine Weiterentwicklung: Der Bereich am Letteplatz wurde „abgerundet“, um das Logo „jugendfrei“ zu gestalten. Anschließend wurde ein Schuh und ein Auge ergänzt sowie ein paar Kanten gerundet, um es freundlicher und ansprechender zu gestalten. Im Ergebnis war „Das Resi“ zum Leben erweckt.



Im Logo ist das Resi über dem Schriftzug angeordnet und darf diese Position nur in begründeten Ausnahmefällen verlassen.



Beim Schriftzug „Residenzstraße“ ist der Wortteil „Resi“ dunkler hervorgehoben: „Resi“ in 100 % Schwarz und „denzstraße“ in 50 % Schwarz. Damit liegt der Fokus auf dem Namen des Maskottchens, welches das Hauptidentifikationsmerkmal des Logos ist.

Diese Festlegung entfällt lediglich im Einfarbdruck! Weitere Erläuterungen zu den Farben sind den Seiten 22 ff. zu entnehmen.



Wann immer möglich, ist das Logo in der Farbvariante einzusetzen. Es gibt jedoch auch eine Graustufen- und Einfarbvariante. Bei der Einfarbvariante ist das Resi blau und nicht grün, damit es auch bei kleiner Abbildung gut zu erkennen ist.



2.1.2 Fremdlogos

Die Platzierung von Fremdlogos in den gängigen Kommunikationsmedien ist in den Anwendungen definiert (ab Seite 29 ff.). Grundsätzlich gilt:

- Sie sind i.d.R. im unteren Bereich in einem hierfür vorgesehenen Logobereich zu positionieren. Dieser geht über die volle Breite des Dokumentes und weist als Hintergrundfarbe weiß auf. Ausnahme: Im Format DIN Lang quer können einzelne Logos oben rechts angeordnet werden (vgl. S. 38 und 47).
- Sie sind i.d.R. unterhalb der Internetadresse des AZ (www.zukunft-residenzstraße.de) zu platzieren.
- Bevorzugt sind sie auf der Rückseite (s. hierzu die Festsetzungen auf Seite 64 f.) abzubilden. Ist keine Rückseite vorhanden, so können Fremdlogos auch vorne im Rahmen der Festsetzungen postiert werden.
- Werden das Logo des AZ Residenzstraße und Fremdlogos auf einer Höhe platziert (z.B. Plakate mit Resi), dann beträgt der Abstand beider Bereiche zueinander mindestens das 1,5-fache des definierten Randabstandes (vgl. S. 63).
- Werden Fremdlogo und Logoleiste des AZ Residenzstraße (s.u.) gemeinsam veröffentlicht, so sind die Fremdlogos rechts neben der Logoleiste mit ausreichend Abstand zu legen (Abstand mind. so groß wie der Abstand der einzelnen Logos in der Logoleiste).

2.1.3 Logoleiste des Programms

Die Logoleisten des AZ Residenzstraße sehen folgendermaßen aus:



Die Abbildung der Logoleiste ist Pflicht bei Informationsveröffentlichungen wie Broschüren, Flyern, Journalen, Berichten etc. Darüber hinaus ist sie immer dann abzubilden, wenn sie in einer lesbaren Größe eingesetzt werden kann (z.B. auf Plakaten, Postkarten). Bei kleineren Druckprodukten wie Kugelschreibern etc. (Richtwert: > DIN A6), wo das Abbilden in einer erkennbaren Größe nicht möglich ist, kann die Logoleiste weggelassen werden. Grundsätzlich gilt:

- 1] Erste Priorität hat die Verwendung des Gebietslogos (= Resi plus Schriftzug und Claim). Es ist immer abzubilden (Positionierung und Größe vgl. Anwendungen ab S. 29).
- 2] Wenn es Sinn macht und die Logoleiste nicht passt, kann man das Gebietslogo mit dem Logo „aktiven zentren Berlin“ ergänzen.
- 3] Die Logoleiste hat dritte Priorität.

Die Logoleiste ist bei den Ansprechpartnern (vgl. Seite 8) anzufordern. Hier kann im Zweifelsfall auch die Verwendung (welche, wann, wo) abgestimmt werden.

2.2 Das Resi

Das Resi aus dem Gebietslogo kann auch einzeln – also außerhalb des Logos – verwendet werden, um bestimmte inhaltliche Aussagen zu unterstützen, den Bezug zum Aktiven Zentrum Residenzstraße zu fördern und/oder einfach die Gestaltung aufzulockern.

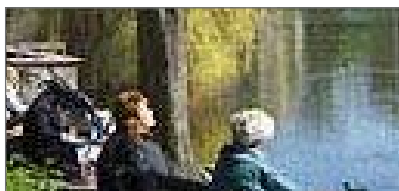
Das Resi kann dabei vollständig oder (am Rand) angeschnitten eingesetzt werden. Dies ist im Einzelfall abhängig von der Gestaltung und dem Platzangebot. Wichtig dabei ist, dass das Resi als solches noch erkennbar ist und der Eindruck von „Flucht“ vermieden wird. Dies wird erreicht, indem das Gesicht und der Bauch vollständig sichtbar bleiben!

Bei der Benennung des Resi ist die geschlechtsneutrale Bezeichnung zu verwenden, also „Das Resi“ (nicht „Die Resi“)!

Folgende Einsatzmöglichkeiten stehen zur Verfügung:

2.2.1 Das Resi als untergeordnetes Gestaltungselement

Das Resi steht nicht im Mittelpunkt, sondern dient – wie in den unten stehenden Beispielen gezeigt – der Blickführung und Auflockerung:



Ich bin eine Überschrift

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhäusern an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien.

Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebrauchene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben. Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik.

Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmelte von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren. Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklimmen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhäuser, die Headline von Alphabetdorf und



Kontakt

Gisela Muster
Projektmanagerin

Straße Nr. | 13409 Berlin
T: 030 123 456 | F: 030123 789
info@beispielmail.de

2.2.2 Das Resi als zentrales Gestaltungselement

Das Resi übernimmt eine wichtige Rolle zur Unterstützung der Kernaussage:

Wird das Resi weder als Teil des Logos noch als kleine untergeordnete Auflockerung, sondern als Hauptgestaltungselement ohne darunterliegenden Schriftzug „Residenzstraße“ und/oder Claim eingesetzt, dann weist es einen unteren Schatten auf, der über die volle Breite des Resi reicht. So ist gegeben, dass das Resi nicht lose/undefiniert „im Raum hängt“.

Der Schatten ist mit Abstand zu positionieren, um die Dynamik des Resis (immer in Bewegung/auf dem Sprung) zu unterstreichen. Der Abstand Resi – Schatten entspricht ca. der halben Höhe des rechten Fußes.

Das Resi kann zusätzlich Accessoires zur Unterstützung seiner Kernaussage aufweisen.



Auf den Folgeseiten sind die zur Verfügung stehenden Resis aufgeführt. Sie stehen in folgenden Dateiformaten zur Verfügung: EPS, JPEG, PDF, TIFF.

2.2.3 Bestehende Resivarianten

Auf den folgenden vier Seiten sind die mit Stand von 09/2016 zur Verfügung stehenden Resis aufgeführt. Es gibt sie in den Dateiformaten EPS, JPEG, PDF, TIFF.

Der unter den Resis stehende Name dient der Verdeutlichung und erleichtert die Benennung. Die Claims sind unverbindliche Vorschläge – es können eigene Claims erstellt werden, sofern sie den auf Seite 19 aufgeführten Festsetzungen entsprechen.



Das Resi
einzig[anders]artig



Fan-Resi
treue[heimat]bewusst
bewundern[lobens]wert



Beteiligungs-Resi
welt[entscheidungs]offen
ergebnis[lösungs]orientiert



Weihnachts-Resi
glanz[fried]voll



Oster-Resi
wunder[geheimnis]voll



Super-Resi
fried[gerechtigkeits]liebend
groß[gut]herzig
tier[menschen]freundlich



Halloween-Resi
monster[grusel]stark



Einschulungs-Resi
freud[erwartungs]voll
zahl[word]reich
glück[erfolg]bringend



Kinder-/Jugendliche-Resi
unternehmungs[lebens]lustig
spaß[spiel]verrückt



Baustellen-Resi
verständnis[rücksichts]voll



Busy-Resi in 2 Varianten
erfolgs[ergebnis]orientiert
durchsetzungs[leistungs]stark



Rentner-/Touristen-Resi
abenteuer[unternehmungs]lustig



Musik-Resi
kultur[facetten]reich
wunder[gefühl]voll



Familien-Resi
hingebungs[liebe]voll
groß[gut]herzig
abwechslungs[kinder]reich
wohn[kind]gerecht



Hipster-Resi
unternehmungs[kontakt]freudig
stil[mode]bewusst
charakter[ausdrucks]stark



Sport-Resi
leistungs[willens]stark
ziel[gesundheits]bewusst



Händler-Resi
vertrauens[liebens]würdig
rede[kontakt]freudig



Gesundheits-/Arzt-Resi
zart[mit]fühlend
verantwortungs[gesundheits]bewusst
verständnis[vertrauens]voll



Bücher-/Bildungs-Resi
fantasie[wort]reich
gedanken[gefühl]voll
traum[humor]volls



Shopping-Resi
stil[mode]bewusst
kauf[schnäppchen]verrückt



Gastronomie-Resi
kinder[gast]freundlich
offen[gut]herzig



Kunst-Resi
fantasie[farben]reich
ideen[zahl]reich



Party-Resi
ereignis[humor]voll
abenteuer[feier]lustig

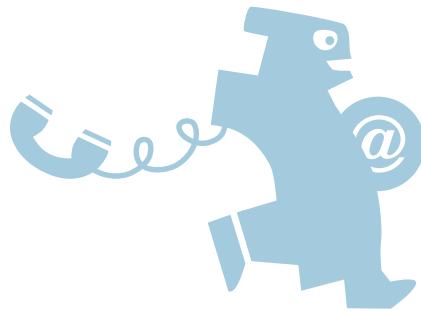


Luftballon-Resi
freud[schwung]voll

Das Kontakt-Resi liegt in zwei Varianten vor, wobei das einfarbige Kontakt-Resi ohne Schatten gut in Kombination mit Grafikelementen (Flächen) eingesetzt werden kann (s. Beispiel):



Kontakt-Resi
diskussions[kontakt]freudig



Kontakt

Gisela Muster
Projektmanagerin

Straße Nr. | 13409 Berlin
T: 030 123 456 | F: 030123 789
info@beispielmail.de

2.3 Claim

Der Claim ist Teil der Marke „Residenzstraße“ und erläutert deren Nutzen oder Herausstellungsmerkmal.

Er steht unter dem Logo und wird jeweils aus drei einzelnen Worten/Wortteilen gebildet, wobei die Wortteile 1 bzw. 2 jeweils zusammen mit dem dritten Wortteil eine Einheit bilden: z.B. einzig[anders]artig > einzigartig, andersartig.

Der mittlere Wortteil wird in eckige Klammern gesetzt – ohne Leerzeichen vor und nach dem Mittelteil. Klammern und Mittelteil sind farblich abgehoben (Mittelblau) von den anderen Wortteilen.

Es ist auf einen ausreichenden Abstand zwischen Logo und Claim zu achten. Der Zeilenabstand sollte jedoch nicht so groß sein, dass der Zusammenhalt verloren geht. Der ideale Abstand entspricht ca. der Buchstabenhöhe des Claims.



Der Hauptclaim heißt einzig[anders]artig.

Er kann situationsbezogen geändert werden – je nach gewünschter Aussage. Wichtig ist, dass er dem beschriebenen Muster folgt!

Mögliche Varianten:

liebens[denk]würdig | wunder[wert]voll | lupen[ast]rein | gold[liebens]wert | erfolg[word]reich | ideen[zahl]reich | reiz[glanz]voll | liebe[kraft]voll | kultur[farben]reich ... Vgl. hierzu auch die Folgeseiten.

Claimkombinationsmöglichkeiten (Bsp.)

einzig	artig
anders	
liebens	würdig
denk	
vertrauens	
wunder	voll
wert	
reiz	
glanz	
liebe	
kraft	
fantasie	
gefühl	
humor	
freud	
fried	
rücksichts	
respekt	
schwung	
stil	
gedanken	
gemüt	
verantwortungs	
verständnis	
vertrauens	
würde	
elan	
empfindungs	
energie	
geheimnis	
hingebungs	
hoffnungs	
temperament	
lupen	rein
ast	
gold	wert
liebens	

bewunderns	
lebens	
erwähnens	
lobens	
bemerkens	
beachtens	
staunens	
wort	reich
abwechslungs	
ideen	
zahl	
ereignis	
facetten	
kultur	
farben	
einfalls	
fantasie	
bildungs	
stil	bewusst
ziel	
gesundheits	
verantwortungs	
mode	
charakter	stark
monster	
leistungs	
willens	
ausdrucks	
durchsetzungs	
durchhaltungs	
bild	schön
wunder	
wohn	gerecht
umwelt	
kind	

lebens	froh
hoffnungs	
farben	
diskussions	freudig
experimentier	
entscheidungs	
kontakt	
unternehmungs	
gast	freundlich
ausländer	
menschen	
kinder	
tier	
weich	herzig
groß	
gut	
offen	
wahrheits	liebend
kinder	
freiheits	
fried	
genauigkeits	
gerechtigkeits	
welt	offen
entscheidungs	
zart	fühlend
mit	
abenteuer	lustig
rede	
reise	
unternehmungs	
lebens	
	>

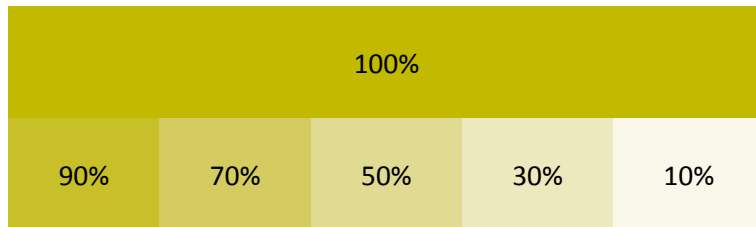
2.4 Farben

Weiß dient als neutraler Ausgleich (Hintergrundfarbe), der das Resi gut zur Geltung bringt. Es ist nach Möglichkeit großzügig einzusetzen.

2.4.1 Basisfarben

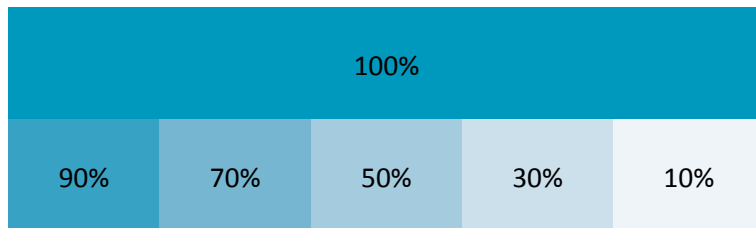
Basisfarben sind neben Schwarz in Tonwerten (Grau) die Farben Hellgrün und Mittelblau. Sie stehen für das Grün der Bäume und das Blau des Schäfersees und sind im Logo vertreten.

Basisfarben haben Vorrang gegenüber Schmuck- und Zusatzfarben.



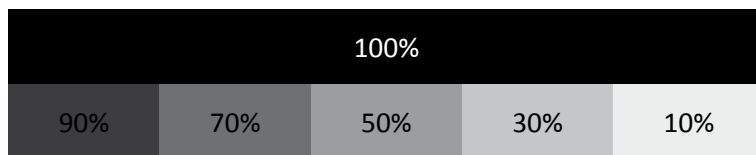
HELLGRÜN

CMYK 25 | 10 | 100 | 10
 RGB 194 | 186 | 0
 HKS 67 K
 Pantone 390 C
 # C2BA00



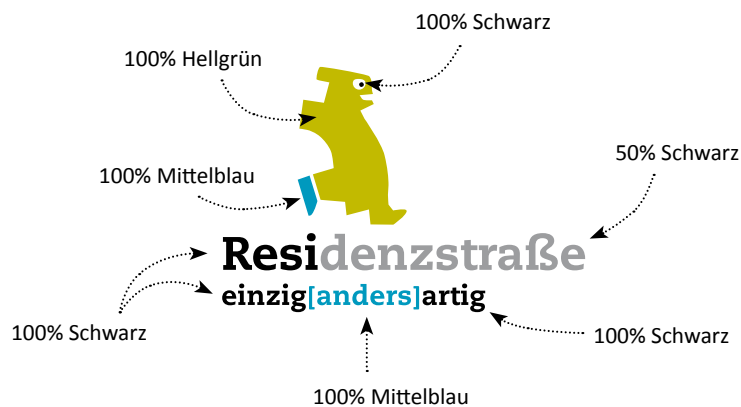
MITTELBLAU

CMYK 80 | 20 | 15 | 0
 RGB 0 | 153 | 191
 HKS 40 K
 Pantone 7459 C
 # 0099BF



SCHWARZ

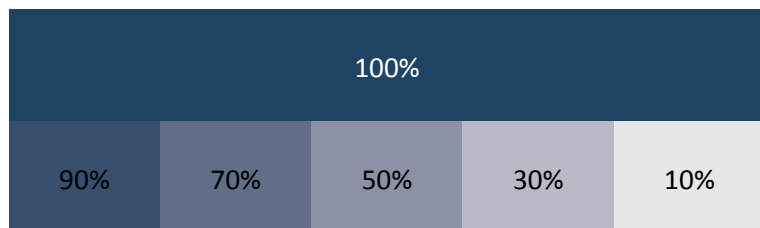
CMYK 0 | 0 | 0 | 100
 RGB 0 | 0 | 0
 # 000000



2.4.2 Schmuckfarben

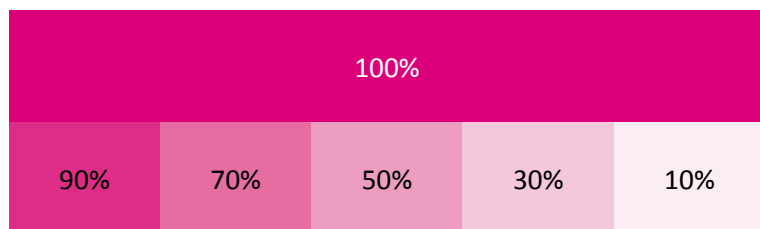
Neben den Basisfarben werden weitere naturbezogene Farben als Schmuckfarben festgesetzt.

Sie dienen der Hervorhebung und Auszeichnung, sind jedoch zurückhaltender einzusetzen als die Basisfarben.



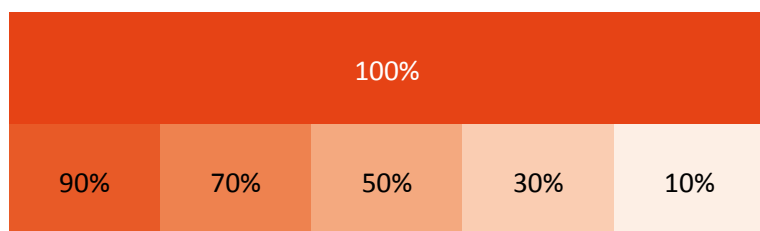
DUNKELBLAU

CMYK 90 | 70 | 35 | 25
 RGB 30 | 68 | 99
 HKS 41 K
 Pantone 7463 C
 # 1E4463



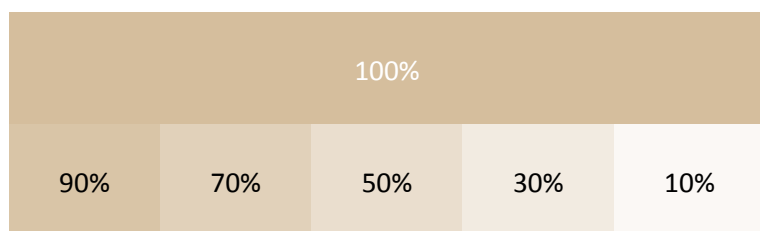
PINK

CMYK 5 | 100 | 0 | 0
 RGB 219 | 0 | 122
 HKS 27 K
 Pantone 226 C
 # DB007A



ROT

CMYK 0 | 85 | 100 | 0
 RGB 230 | 68 | 21
 HKS 10 K
 Pantone 1665 C
 # E64415



BEIGE

CMYK 20 | 25 | 40 | 0
 RGB 213 | 191 | 158
 HKS 89 K
 Pantone 7502 C
 # D5BF9E

Zusatzfarben

Basis- und Schmuckfarben können für Accessoires des Resi beliebig ergänzt werden – müssen nur mit dem Resi harmonieren.

2.5 Schriften/Typografie

2.5.1 Schriftarten

Überschriften werden immer fett dargestellt. In der Regel wird hierfür die Caecilia LT Std im Schriftschnitt 85 Heavy verwendet. Sie ist lizenzpflichtig und bei www.linotype.com zu erwerben. Kosten hierfür (Stand: 12/2016): € 41,65 inkl. MwSt. für eine 5-Computer-Lizenz.

Sollte die Schrift Caecilia LT Std nicht vorliegen und/oder erworben werden wollen, ist auf die Schrift Calibri Bold zurückzugreifen. Im Zweifel ist bei den Ansprechpartnern (s. Seite 8) nachzufragen.

Caecilia LT Std 85 Heavy:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.-:~!\$%&/()[]=?@#

Für Fließtext und Hervorhebungen ist die Schriftart Calibri zu verwenden. Sie ist frei verfügbar.

Calibri Regular:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.-:~!\$%&/()[]=?@#

Calibri Italic:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.-:~!\$%&/()[]=?@#

Calibri Bold:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.-:~!\$%&/()[]=?@#

2.5.2 Aufzählungen

Aufzählungen mit Zahlen oder Buchstaben haben – in Anlehnung an den Claim – eine eckige Klammer.

Als Aufzählungszeichen dienen Quadrate in Mittelblau.

Beispiel:

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie

- 1] in Buchstabhausen
- 2] an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans.

Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien. Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben. Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik.

Der große Oxmox riet ihr davon ab,

- da es dort wimmele von bösen Kommata,
- wilden Fragezeichen und
- hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren.

2.6 Formen

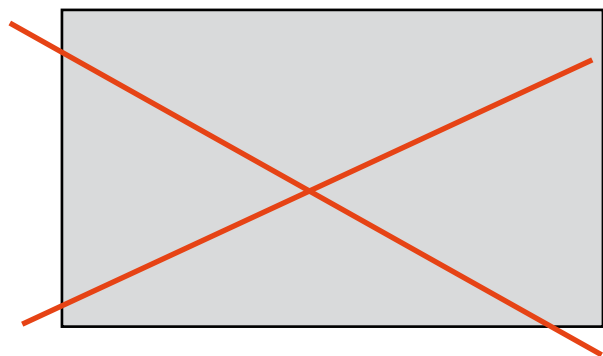
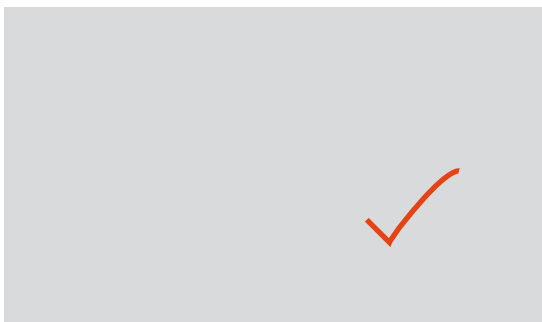
Zentrales Gestaltungselement im Corporate Design ist die Fläche.

Flächen dienen der Hervorhebung von Inhalten (Bilder/Text > Infokästen). Wo immer möglich, werden sie um 5° gekippt, um die Dynamik und Optik des „Resi“ auch in die Gestaltung zu übernehmen.

Flächen greifen die Corporate Design Farben (vgl. S. 22 f.) auf und werden ohne Konturlinie (Rahmen) abgebildet.



Bsp. Sonderfläche für Informationen 1. Ordnung (z.B. Titelseiten, Info-/Kontaktkästen)



Bsp. Einfache Fläche für Informationen 2. Ordnung (z.B. Impressum) oder wenn es gestalterisch gegeben ist, um Ruhe und Übersichtlichkeit einzubringen

2.6.1 Sonderfläche

Für Titelseiten oder besondere Hervorhebungen im Text gibt es die abgebildete Sonderfläche, welche sich zusammensetzt aus:

- der Hauptfläche, um 5° gedreht
- der geraden Abschlussfläche, welche unten links an die Hauptfläche anschließt.

Die **Höhe der Hauptfläche** ergibt sich grundsätzlich aus der Menge des abgebildeten Inhalts (Text, Bilder) – ist aber für Titelbilder vorgegeben.

Die **Höhe der Abschlussfläche** (a) ergibt sich aus der Drehung der Hauptfläche.

Die **Breite von Haupt- und Abschlussfläche** ergibt sich aus den definierten Seitenrändern:

Auf **Titelseiten** geht die Hauptfläche in den Anschnitt, die Abschlussfläche (a) wird durch den vorgegebenen weißen Rand bestimmt.

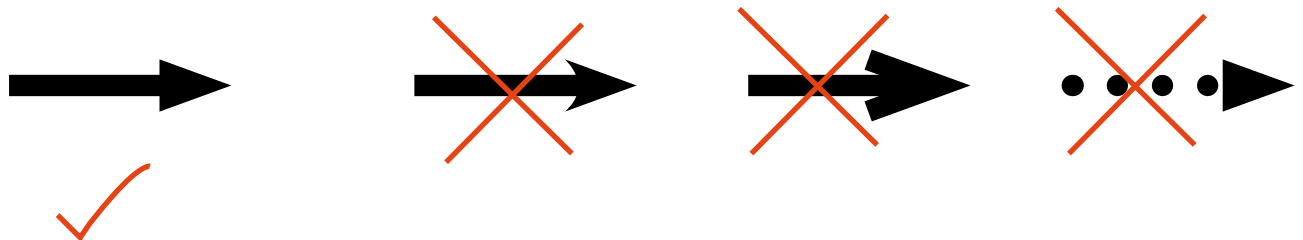
Geht die Hauptfläche nicht in den Anschnitt (**Infokästen**), dann entspricht die Höhe der Abschlussfläche (a) der rechten Abstandbreite (b) (= Quadrat).

Vgl. hierzu Kapitel Anwendungen ab Seite 29!



2.6.2 Pfeile

Pfeile weisen eine durchgezogene Linie und ein schlichtes Dreieck (nicht gekrümmt oder gezackt) als Abschluss auf.



2.7 Bilder

Die Verwendung von Bildern (Fotos) ist zulässig. Auf Titelseiten ist deren Anordnung definiert (vgl. Kapitel Anwendungen S. 29 ff.).

Bei der Verwendung von Bildern ist folgendes zu beachten:

- + Bilder aus dem Fördergebiet haben Vorrang gegenüber Imagebildern.
- + **Es sind die Urheberrechte der Bilder zu beachten und die Zustimmung zur Veröffentlichung ggf. einzuholen!** Dies gilt insbesondere für Kartenausschnitte (z.B. Google-Maps) oder Internetbilder. Das Copyright ist mit dem Copyrightsymbol direkt auf (bei Freistellern neben) den Bildern zu platzieren, sofern es kein Impressum gibt.
- + Der Urheber ist mit vorangestelltem Copyrightsymbol zu benennen: z.B. © Finn Fotograf. Hierbei sind die Benennungsvorgaben der Urheber zu beachten.
- + Bilder können flächig oder als Freisteller (s. Beispiel a) verwendet werden. Freisteller sind Bildelemente, die von störendem Hintergrund befreit wurden und dadurch alleine, also freigestellt, dastehen.
- + Flächige Bilder sind ausschließlich in der gedrehten Hauptfläche einzusetzen (s. Beispiel b).
- + Um eine ausreichende Druckqualität zu gewährleisten, sind Bilder für den Druck im CMYK-Modus mit 300 dpi anzulegen. Für das Internet gilt der Farbmodus RGB bei 72 dpi.



a) Karte mit Freisteller



b) Karte mit flächigem Bild

3. Anwendungen

3.1 Grundsätze zur Gestaltung	30
3.2 Vorgaben zur Gestaltung ohne Resi im Mittelpunkt	31
3.2.1 Titel ohne Bilder	32
<i>DIN A4/Broschüre</i>	32
<i>DIN A5/Broschüre</i>	34
<i>DIN Lang hoch/Flyer</i>	36
<i>DIN Lang quer/Postkarte</i>	38
<i>DIN A6/Postkarte</i>	39
3.2.2 Titel mit Bildern	41
<i>DIN A4/Broschüre</i>	41
<i>DIN A5/Broschüre</i>	43
<i>DIN Lang hoch/Flyer</i>	45
<i>DIN Lang quer/Postkarte</i>	47
<i>DIN A6/Postkarte</i>	48
3.2.3 Titel mit mehreren Bildern	50
3.2.4 Plakate	52
3.3 Vorgaben zur Gestaltung mit Resi im Mittelpunkt	59
3.3.1 <i>DIN A6/Postkarten</i>	60
3.3.2 <i>DIN Lang quer/Postkarten</i>	61
3.3.3 Plakate	62
3.4 Rückseiten	64
3.5 Sonstige Anwendungen	66
3.5.1 Roll-up	66
3.5.2 PowerPoint	67
3.5.3 Give-Aways	68

3.1 Grundsätze zur Gestaltung

Die vorab beschriebenen Gestaltungselemente (Logo, Claim, Form, Schrift) unterstützen die folgenden Grundsätze der Gestaltung des Aktiven Zentrums Residenzstraße:

Wir sind besonders!

Wir sind einzig- und andersartig!

Wir sind dynamisch – immer in Bewegung!

Wir haben Spaß am Leben und sind fröhlich!

Wir sind liebenswert!

Im Rahmen dessen sind grundsätzlich zwei Arten von Gestaltung zulässig:

a) Gestaltung ohne Resi im Mittelpunkt (S. 31 ff.)

- + Hier steht die **Informationsvermittlung** und weniger die spielerisch-freche Aussage des Resi im Vordergrund.
- + Der vorgegebene Gestaltungsrahmen bezieht sich im Wesentlichen auf die Titelseiten.
- + Auf dem Titel befinden sich die um 5° gedrehten Flächen mit darüber angeordnetem Logo/Claim, welche ebenfalls um 5° gedreht sind.
- + Es kann dabei mit und ohne Fotos gearbeitet werden.
- + Die Hauptverwendung sind Broschüren, Flyer, Postkarten, Roll-ups etc.

b) Gestaltung mit Resi im Mittelpunkt (S. 59 ff.)

- + Hier steht die **Unterhaltung** im Vordergrund: Die Zielgruppe wird mit dem spielerisch-frechen Resi angesprochen.
- + Es kann dabei mit und ohne Fotos gearbeitet werden, wobei Fotos i.d.R. nicht flächig, sondern als Freisteller eingesetzt werden.
- + Das Logo wird nicht gedreht.
- + Die Hauptverwendung sind Postkarten, Plakate, Give-Aways etc.

Die Rückseiten beider Gestaltungsvarianten sind gleich zu gestalten (vgl. Seiten 64 ff.).

3.2 Vorgaben zur Gestaltung ohne Resi im Mittelpunkt

- + Titel von Broschüren und Flyern (DIN A4, A5, DIN Lang)
- + Postkarten (DIN A6)

Die Hauptgestaltung liegt auf den **Titelseiten**:

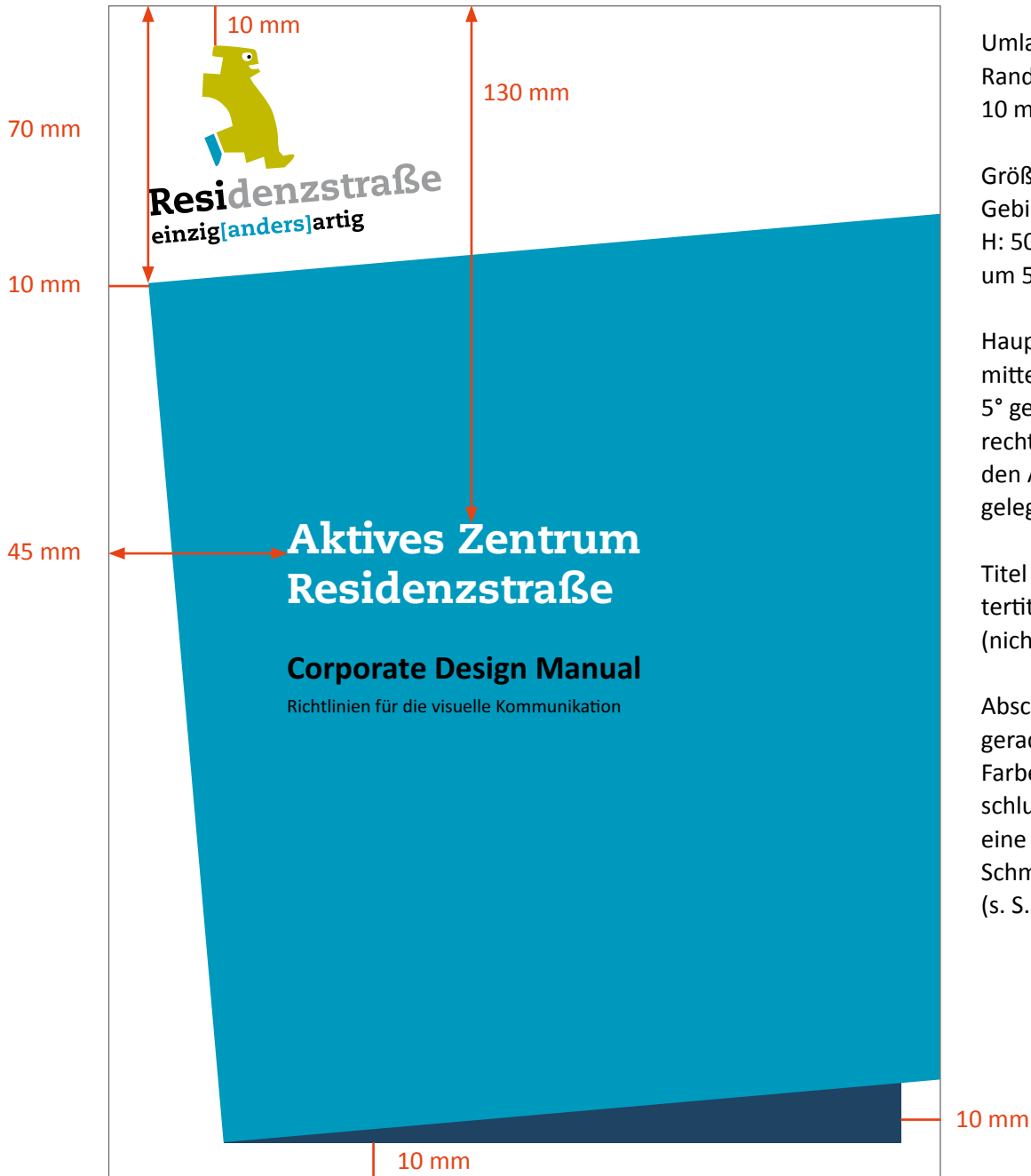
- Mittelblaue Hauptfläche, um 5° gedreht und am rechten Rand in den Anschnitt gelegt.
- Darüber befinden sich Gebietslogo und Claim – ebenfalls um 5° gedreht.
- Titel und Untertitel sind gerade (nicht gedreht).
- Unter der Hauptfläche gibt es eine gerade Abschlussfläche. Die Farbe der Abschlussfläche stellt eine Basis- oder Schmuckfarbe dar (s. S. 22 f.).
- Darunter können Fremdlogos platziert werden.

Die **Rückseiten** sind grün.

Für den **Innenteil** gibt es keine genauen Vorgaben. Es sind jedoch die Festsetzungen ab Seite 9 zu Farbe, Schrift und Form zu beachten. Des Weiteren gelten die auf den folgenden Seiten aufgeführten Randabstände als Mindestabstände zum Rand und zwischen Spalten.

3.2.1 Titel ohne Bilder

DIN A4/Broschüre – ohne Fremdlogos



Umlaufender
Randabstand:
10 mm

Größe des
Gebietslogos:
H: 50 mm,
um 5° gedreht

Hauptfläche
mittelblau, um
5° gedreht, am
rechten Rand in
den Anschnitt
gelegt

Titel und Un-
tertitel gerade
(nicht gedreht)

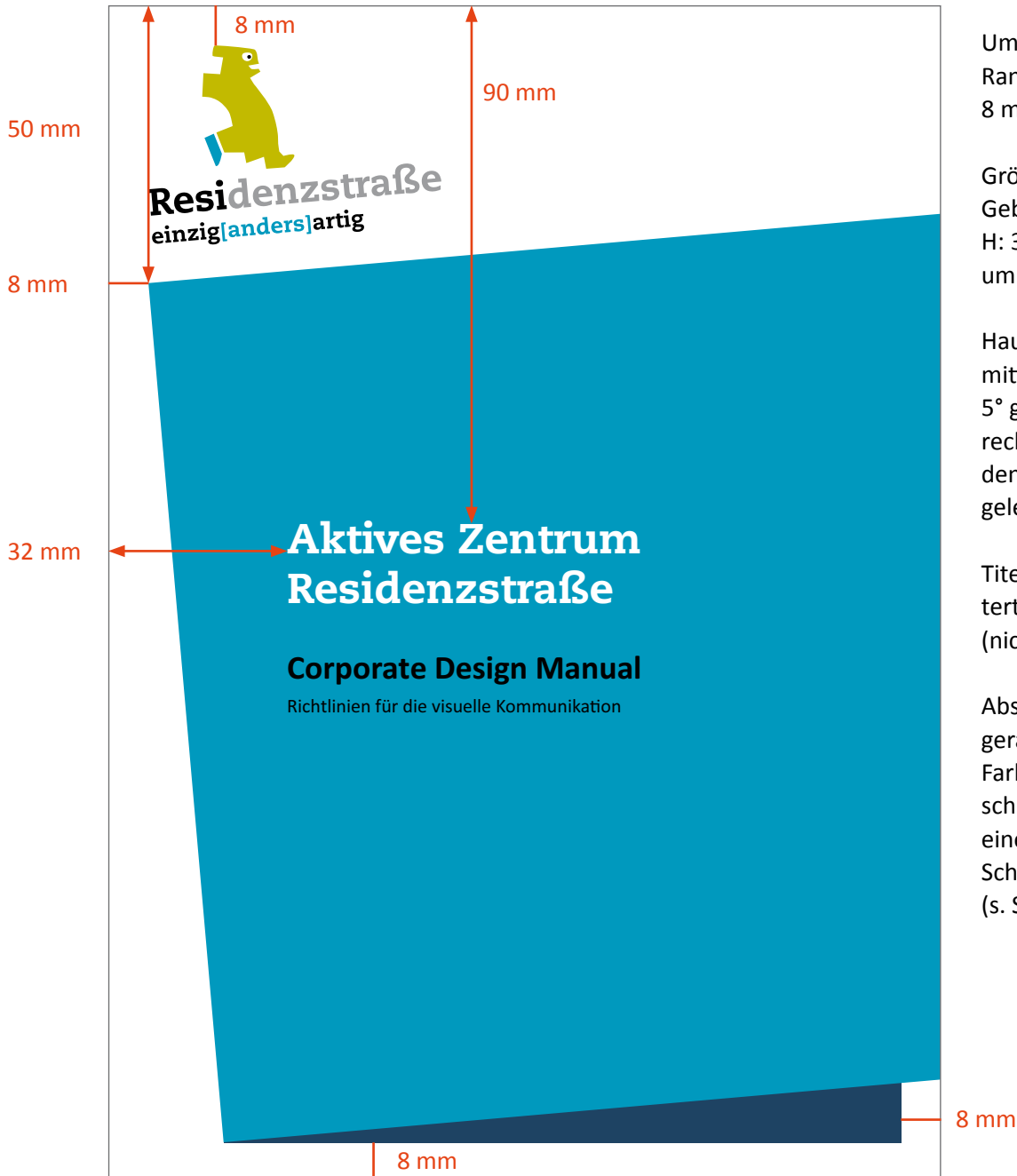
Abschlussfläche
gerade,
Farbe der Ab-
schlussfläche:
eine Basis- oder
Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

DIN A4/Broschüre – mit Fremdlogos

Werden Fremdlogos auf dem Titel platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



DIN A5/Broschüre – ohne Fremdlogos



Umlaufender
Randabstand:
8 mm

Größe des
Gebietslogos:
H: 35 mm,
um 5° gedreht

Hauptfläche
mittelblau, um
5° gedreht, am
rechten Rand in
den Anschnitt
gelegt

Titel und Un-
tertitel gerade
(nicht gedreht)

Abschlussfläche
gerade,
Farbe der Ab-
schlussfläche:
eine Basis- oder
Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

DIN A5/Broschüre – mit Fremdlogos

Werden Fremdlogos auf dem Titel platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



DIN Lang hoch/Flyer – ohne Fremdlogo



Umlaufender Randabstand:
5 mm, oben 10 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 40 mm, um 5° gedreht

Hauptfläche mittelblau, um 5°
gedreht, am rechten Rand in den
Anschnitt gelegt

Titel und Untertitel gerade
(nicht gedreht)

Abschlussfläche gerade,
Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

DIN Lang hoch/Flyer – mit Fremdlogo

Werden Fremdlogos auf dem Titel platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender Randabstand:
5 mm, oben 10 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 40 mm, um 5° gedreht

Hauptfläche mittelblau, um 5°
gedreht, am rechten Rand in den
Anschnitt gelegt

Titel und Untertitel gerade
(nicht gedreht)

Abschlussfläche gerade,
Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

Größe der Fremdlogos:
max. H: 10 mm

DIN Lang quer/Postkarte – mit und ohne Fremdlogo

Im DIN Lang quer-Format können Fremdlogos in der rechten oberen Ecke angeordnet werden. Max. Höhe Fremdlogo: 12 mm. Die Logoleiste ist auf der Rückseite zu platzieren.



Umlaufender Randabstand:
5 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 30 mm, um 5° gedreht

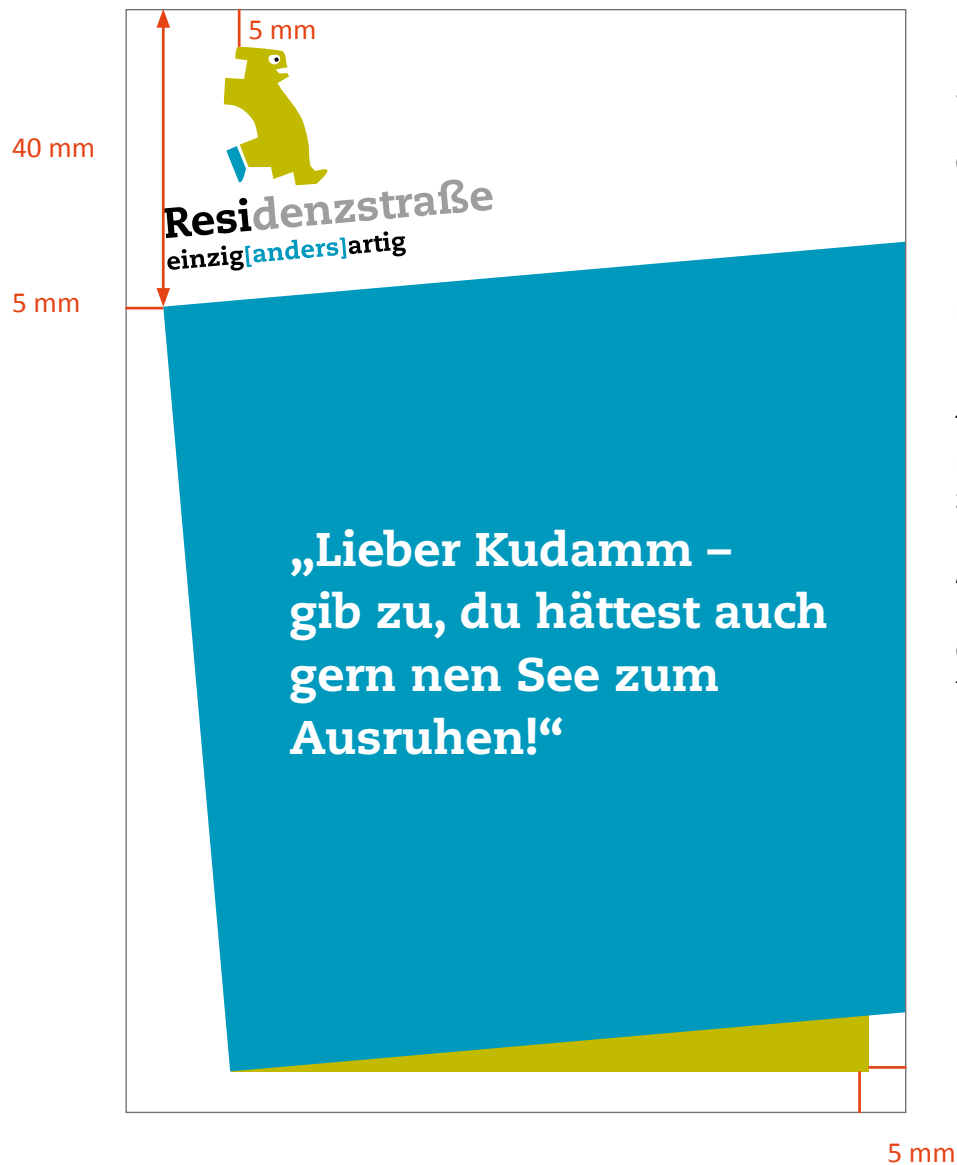
Hauptfläche in Mittelblau,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

5 mm Text in der Hauptfläche wird
nicht gedreht und ist mittig
zu platzieren.



Abschlussfläche gerade,
Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuck-
farbe (s. S. 22 f.)

DIN A6/Postkarte – ohne Fremdlogo



Umlaufender Randabstand:
5 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 30 mm, um 5° gedreht

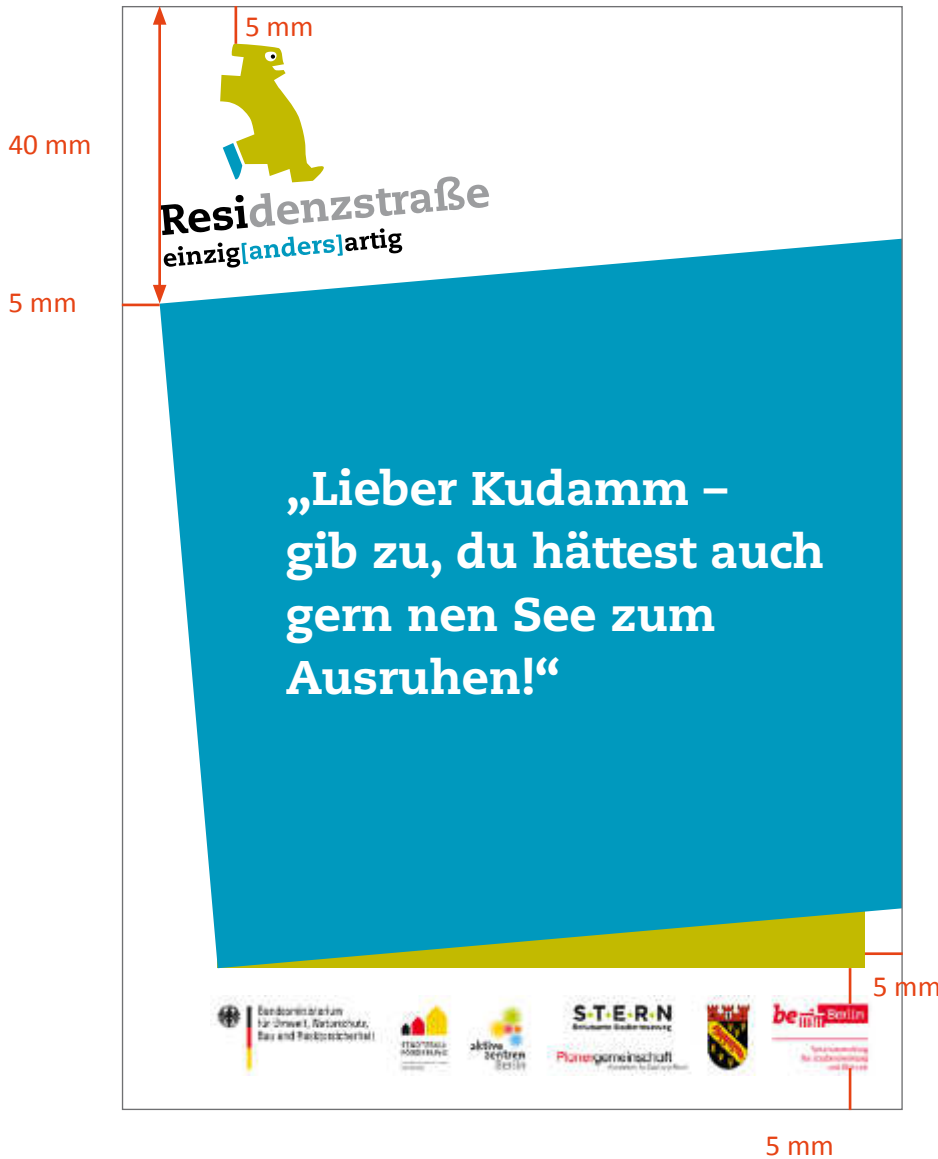
Hauptfläche in Mittelblau,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

Text in der Hauptfläche wird
nicht gedreht und ist mittig
zu platzieren.

Abschlussfläche gerade,
Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuck-
farbe (s. S. 22 f.)

DIN A6/Postkarte – mit Fremdlogo

Werden Fremdlogos auf dem Titel platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender Randabstand: 5 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 30 mm, um 5° gedreht

Größe der Fremdlogos:
max. H: 12 mm

3.2.2 Titel mit Bildern

DIN A4/Broschüre – ohne Fremdlogos



Umlaufender
Randabstand:
10 mm

Größe des
Gebiets:
H: 50 mm,
um 5° gedreht

Hauptfläche
mittelblau,
unter dem Bild
angeordnet

Bild und Haupt-
fläche um 5°
gedreht, am
rechten Rand in
den Anschnitt
gelegt

Titel und Un-
tertitel gerade
(nicht gedreht),
Abstand zum
Bild: 15 mm

Abschlussfläche
gerade,
Farbe der Ab-
schlussfläche:
eine Basis- oder
Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

DIN A4/Broschüre – mit Fremdlogos

Werden Fremdlogos auf dem Titel platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender
Randabstand:
10 mm

Größe des
Gebietslogos:
H: 50 mm,
um 5° gedreht

Hauptfläche
mittelblau, um
5° gedreht, am
rechten Rand in
den Anschnitt
gelegt

Titel und Un-
tertitel gerade
(nicht gedreht)

Abschlussfläche
gerade,
Farbe der Ab-
schlussfläche:
eine Basis- oder
Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

Größe der
Fremdlogos:
max. H: 20 mm

DIN A5/Broschüre – ohne Fremdlogos



Umlaufender
Randabstand:
8 mm

Größe des
Gebietslogos:
H: 35 mm,
um 5° gedreht

Hauptfläche
mittelblau,
unter dem Bild
angeordnet

Bild und Haupt-
fläche um 5°
gedreht, am
rechten Rand in
den Anschnitt
gelegt

Titel und Un-
tertitel gerade
(nicht gedreht),
Abstand zum
Bild: 10 mm

Abschlussfläche
gerade,
Farbe der Ab-
schlussfläche:
eine Basis- oder
Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

DIN A5/Broschüre – mit Fremdlogos

Werden Fremdlogos auf dem Titel platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender
Randabstand:
8 mm

Größe des
Gebietslogos:
H: 35 mm,
um 5° gedreht

Hauptfläche
mittelblau,
unter dem Bild
angeordnet

Bild und Haupt-
fläche um 5°
gedreht, am
rechten Rand in
den Anschnitt
gelegt

Titel und Un-
tertitel gerade
(nicht gedreht),
Abstand zum
Bild: 10 mm

Abschlussfläche
gerade,
Farbe der Ab-
schlussfläche:
eine Basis- oder
Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

Größe der Fremdlogos:
max. H: 20 mm

DIN Lang hoch/Flyer – ohne Fremdlogo



Umlaufender Randabstand:
5 mm, oben 10 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 40 mm, um 5° gedreht

Hauptfläche mittelblau, um 5° gedreht, am rechten Rand in den Anschnitt gelegt

Titel und Untertitel gerade (nicht gedreht)

Abschlussfläche gerade, Farbe der Abschlussfläche: eine Basis- oder Schmuckfarbe (s. S. 22 f.)

DIN Lang hoch/Flyer – mit Fremdlogo

Werden Fremdlogos auf dem Titel platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender Randabstand:
5 mm, oben 10 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 40 mm, um 5° gedreht

Hauptfläche mittelblau, um 5°
gedreht, am rechten Rand in den
Anschnitt gelegt

Titel und Untertitel gerade
(nicht gedreht)

Abschlussfläche gerade,
Farbe der Abschlussfläche: eine
Basis- oder Schmuckfarbe
(s. S. 22 f.)

Größe der Fremdlogos:
max. H: 10 mm

DIN Lang quer/Postkarte – mit und ohne Fremdlogo

Im DIN Lang quer-Format können einzelne Fremdlogos in der rechten oberen Ecke angeordnet werden. Max. Höhe Fremdlogos: 12 mm. Die Logoleiste ist hier auf der Rückseite zu platzieren.



Umlaufender Randabstand:
5 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 30 mm, um 5° gedreht

Hauptfläche in Mittelblau,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

Text in der Hauptfläche wird
nicht gedreht und ist mittig
zu platzieren.



Abschlussfläche gerade,
Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuck-
farbe (s. S. 22 f.)

DIN A6/Postkarte – ohne Fremdlogo



Umlaufender Randabstand:
5 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 30 mm, um 5° gedreht

Hauptfläche mit Foto,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

Abschlussfläche gerade,
Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuck-
farbe (s. S. 22 f.)

5 mm

DIN A6/Postkarte – mit Fremdlogo

Werden Fremdlogos auf dem Titel platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender Randabstand:
5 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 30 mm, um 5° gedreht

Hauptfläche mit Foto,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

Abschlussfläche gerade,
Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuck-
farbe (s. S. 22 f.)

Größe der Fremdlogos:
max. H: 12 mm

3.2.3 Titel mit mehreren Bildern



Eine Kollage aus mehreren Bildern ist möglich. Diese sind ohne Abstand beliebig neben- oder untereinander zu platzieren.

Die sonstigen Regelungen (Maße, Drehung, Abstände, Anschnitt) bleiben davon unberührt.





3.2.4 Plakate

In Abhängigkeit von der Textmenge auf den Plakaten kann die Gestaltung unterschiedlich gewählt werden:

- + Mit Bild
- + Ohne Bild

Soll Text auf Bildern platziert werden, so kann dieser

- + entweder in weißer Schrift erscheinen
- + oder auf einer transparent-weißen Fläche stehen. Transparenz: 80%.

Der Text kann ein- oder mehrspaltig erscheinen. Dies ist variabel handhabbar, solange die auf den Folgeseiten festgelegten Abstände eingehalten werden. Der Spaltenzwischenraum entspricht mindestens der Breite des Randabstandes a:

DIN A4: 10 mm | DIN A3: 15 mm | DIN A2: 20 mm | DIN A1: 25 mm



Mit Vollbild



Umlaufender Randabstand:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Höhe des Gebietslogos,
um 5° gedreht:

A4: 50 mm

A3: 70 mm

A2: 100 mm

A1: 142 mm

Hauptfläche mit Foto,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

Abstand a:

A4: 70 mm

A3: 100 mm

A2: 140 mm

A1: 197 mm

Abstand b:

A4: 85 mm

A3: 120 mm

A2: 170 mm

A1: 235 mm

Abschlussfläche gerade, Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuckfarbe (s. S. 22 f.)

Abstand c:

A4: 39 mm

A3: 56 mm

A2: 80 mm

A1: 110 mm

Mit Vollbild und Fremdlogo

Werden Fremdlogos auf dem Plakat platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender Randabstand:

- A4: 10 mm
- A3: 15 mm
- A2: 20 mm
- A1: 25 mm

Höhe des Gebietslogos,
um 5° gedreht:

- A4: 50 mm
- A3: 70 mm
- A2: 100 mm
- A1: 142 mm

Hauptfläche mit Foto,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

Abstand a:

- A4: 70 mm
- A3: 100 mm
- A2: 140 mm
- A1: 197 mm

Abstand b:

- A4: 85 mm
- A3: 120 mm
- A2: 170 mm
- A1: 235 mm

Abstand c:

- A4: 39 mm
- A3: 56 mm
- A2: 80 mm
- A1: 110 mm

Abschlussfläche gerade, Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuckfarbe (s. S. 22 f.)

Maximale Höhe der Fremdlogos:
A4: 15 mm | A3: 20 mm | A2: 30 mm | A1: 42 mm

Mit Teilbild



Umlaufender Randabstand:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Höhe des Gebietslogos,
um 5° gedreht:

A4: 50 mm

A3: 70 mm

A2: 100 mm

A1: 142 mm

Hauptfläche mit Foto,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

Abstand a:

A4: 70 mm

A3: 100 mm

A2: 140 mm

A1: 197 mm

Abstand b:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Abschlussfläche gerade, Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuckfarbe (s. S. 22 f.)

Abstand c:

A4: 39 mm

A3: 56 mm

A2: 80 mm

A1: 110 mm

Mit Teilbild und Fremdlogo

Werden Fremdlogos auf dem Plakat platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender Randabstand:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Höhe des Gebietslogos,
um 5° gedreht:

A4: 50 mm

A3: 70 mm

A2: 100 mm

A1: 142 mm

Hauptfläche mit Foto,
um 5° gedreht, am rechten
Rand in den Anschnitt gelegt

Abstand a:

A4: 70 mm

A3: 100 mm

A2: 140 mm

A1: 197 mm

Abstand b:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Abschlussfläche gerade, Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuckfarbe (s. S. 22 f.)

Maximale Höhe der Fremdlogos:

A4: 15 mm | A3: 20 mm | A2: 30 mm | A1: 42 mm

Abstand c:

A4: 39 mm

A3: 56 mm

A2: 80 mm

A1: 110 mm

Ohne Bild



Umlaufender Randabstand:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Höhe des Gebietslogos,
um 5° gedreht:

A4: 50 mm

A3: 70 mm

A2: 100 mm

A1: 142 mm

Hauptfläche um 5° gedreht,
am rechten Rand in den An-
schnitt gelegt

Abstand a:

A4: 70 mm

A3: 100 mm

A2: 140 mm

A1: 197 mm

Abstand b:

A4: 85 mm

A3: 120 mm

A2: 170 mm

A1: 235 mm

Abschlussfläche gerade, Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuckfarbe (s. S. 22 f.)

Abstand c:

A4: 39 mm

A3: 56 mm

A2: 80 mm

A1: 110 mm

Ohne Bild, mit Fremdlogo

Werden Fremdlogos auf dem Plakat platziert, so sind diese unterhalb der Abschlussfläche anzuordnen.



Umlaufender Randabstand:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Höhe des Gebietslogos,
um 5° gedreht:

A4: 50 mm

A3: 70 mm

A2: 100 mm

A1: 142 mm

Hauptfläche um 5° gedreht, am
rechten Rand in den Anschnitt
gelegt

Abstand a:

A4: 70 mm

A3: 100 mm

A2: 140 mm

A1: 197 mm

Abstand b:

A4: 85 mm

A3: 120 mm

A2: 170 mm

A1: 235 mm

Abschlussfläche gerade, Farbe der Abschlussfläche:
eine Basis- oder Schmuckfarbe (s. S. 22 f.)

Abstand des Logos zu allen Seiten:

A4: 10 mm | A3: 15 mm | A2: 20 mm | A1: 25 mm

Maximale Höhe der Fremdlogos:

A4: 15 mm | A3: 20 mm | A2: 30 mm | A1: 42 mm

Abstand c:

A4: 39 mm

A3: 56 mm

A2: 80 mm

A1: 110 mm

3.3 Vorgaben zur Gestaltung mit Resi im Mittelpunkt

- + Postkarten
- + Plakate
- + Give-Aways

Die Gestaltung wird durch das Resi dominiert:

- Es gibt keine Hauptfläche.
- Das Logo wird gerade eingesetzt.
- Blickfang ist das Resi oder Freisteller* mit Resibezug.

Die Rückseiten sind grün.

* Bei Freistellern handelt es sich um Bildelemente, die von störendem Hintergrund befreit wurden und dadurch alleine, also freigestellt, dastehen.

3.3.1 DIN A6/Postkarten

mind. 5 mm

5 mm

genuss
[wort]
reich

**Einzigartige Spezies #4:
DAS HÄNDLER-RESI**

Es sorgt dafür, dass alles
Wichtige um die Ecke
zu kaufen ist!

Und Zeit für ein kurzes
Schwätzchen hat es auch.



Residenzstraße
einzig[anders]artig

5 mm

5 mm

Umlaufender Randabstand:
mind. 5 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 30 mm, nicht gedreht

Es kann links oder rechts
angeordnet werden.

see
[weit]
blick

Ich mag die Residenzstraße,
weil der Schäfer hier nen
See hat!

Paul, 28
aus der Simmelstraße



Residenzstraße
einzig[anders]artig



SCHÄFER-RESI



3.3.2 DIN Lang quer/Postkarten



5 mm

Umlaufender Randabstand: mind.
5 mm

Größe des Gebietslogos:
H: 30 mm, nicht gedreht

Es kann links oder rechts angeord-
net werden.



5 mm

3.3.3 Plakate

Ohne Fremdlogo



Umlaufender Randabstand a:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Höhe des Gebietslogos:

A4: 45 mm

A3: 60 mm

A2: 85 mm

A1: 125 mm

Schriftgröße Claim: b

A4: 50 pt

A3: 70 pt

A2: 100 pt

A1: 142 pt

mind. das 1,5-fache
des Randabstands a

Mit Fremdlogo

Werden Fremdlogos auf dem Plakat platziert, so sind diese am unteren Rand (ggf. unterhalb der Internetadresse) anzuordnen.



Umlaufender Randabstand a:

A4: 10 mm

A3: 15 mm

A2: 20 mm

A1: 25 mm

Höhe des Gebietslogos:

A4: 45 mm

A3: 60 mm

A2: 85 mm

A1: 125 mm

Schriftgröße Claim: b

A4: 50 pt

A3: 70 pt

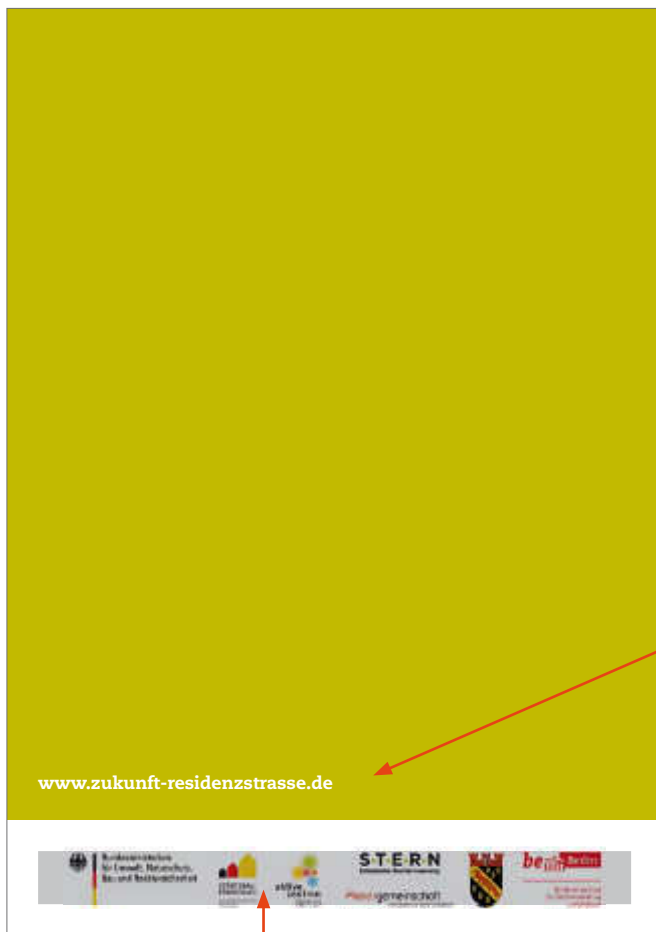
A2: 100 pt

A1: 142 pt

mind. das 1,5-fache
des Randabstands a

3.4 Rückseiten

Die Rückseite ist immer Hellgrün und trägt bei Broschüren die Internetadresse (www.zukunft-residenzstrasse.de) in der linken unteren Ecke der grünen Fläche. Hierbei sind der jeweils gültige Randabstand sowie die Schriftgrößen zu beachten:



Schriftart: Caecilia Heavy
Schriftfarbe: Weiß

Abstände/Schriftgröße:
DIN A4: 10 mm, 16 pt
DIN A5: 8 mm, 11 pt
DIN Lang: 5 mm, 11 pt

Logobereich (s. Folgeseite)

Unterhalb der grünen Fläche verbleibt ein weißer Bereich für **Fremdlogos**, u.a. die Logoleiste.

Der Logobereich weist folgende maximale Gesamthöhe auf. Diese darf nicht überschritten werden, kann jedoch geringer ausfallen – je nach Größe der dort zu platzierenden Logos. Die maximale Höhe des Logobereichs a beträgt:

DIN A4: 37 mm
 DIN A5: 26 mm
 DIN A6: 20 mm
 DIN Lang hoch: 26 mm
 DIN Lang quer: 20 mm

Die Logos haben folgenden Abstand b zur Grünfläche einzuhalten:

DIN A4: 10 mm
 DIN A5: 8 mm
 DIN A6: 5 mm
 DIN Lang: 5 mm

Ist eine Rückseite vorhanden, so ist eine Platzierung der Fremdlogos auf der Rückseite derjenigen auf der Titelseite vorzuziehen!

Ich bin eine Überschrift

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regellialien.

Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben. Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik.

Kontakt
 Gisela Muster
 Projektmanagerin
 Straße Nr. | 13409 Berlin
 T: 030 123 456 | F: 030123 789
 info@beispielmail.de

a **b**

Ich bin eine Überschrift

C Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regellialien. Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben.

C sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklimmen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen, die Headline von Alphabetdorf und die Subline seiner eigenen Straße, der Zeilengasse. Wehmütig lief ihm eine rhetorische Frage über die Wange, dann setzte es seinen Weg fort.

Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmelte von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren. Es packte seine sieben Versalien, schob

**24. Februar 2017
 ab 14:00 Uhr
 Am Schäfersee**

Inhalt in der grünen Fläche (Text, Info-Kästen) weisen folgenden Mindestabstand c zum Rand und zwischen Spalten auf:

DIN A4: 10 mm
 DIN A5: 8 mm
 DIN A6: 5 mm
 DIN Lang: 5 mm

3.5 Sonstige Anwendungen

3.5.1 Roll-up



Umlaufender Randabstand:
5 cm

(Hierbei ist der durch das System verdeckte Bereich (a) nicht berücksichtigt, also noch zu addieren. Dieser beträgt je nach System 1,5 bis 2 cm.)

Größe des Gebietslogos:
H: 25 cm, um 5° gedreht

Der Titel des Roll-ups ist in der Hauptfläche zu platzieren: Hauptfläche in Mittelblau, um 5° gedreht, am rechten Rand in den Anschnitt gelegt

Die Höhe der Hauptfläche ist abhängig von der Textmenge.

Text in der Hauptfläche wird nicht gedreht und ist mittig zu platzieren.

Abschlussfläche gerade, Farbe der Abschlussfläche: eine Basis- oder Schmuckfarbe (s. S. 22 f.)

Fremdlogos sind am unteren Rand zu platzieren.

3.5.2 PowerPoint

Es liegen PowerPoint-Vorlagen in den Seitenverhältnissen 4:3 und 16:9 vor.



Titelfolie



Inhaltsfolie



Schlussfolie

3.5.3 Give-Aways

Bei den Give-Aways steht das Resi im Mittelpunkt. Die Verwendung von Logo, Claim und lockeren Sprüchen verdeutlichen die abgebildeten Beispiele.



Gummibärchentüte

Was du heute kannst besorgen,
das verschiebe nicht auf morgen!



www.zukunft-residenzstrasse.de



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Raumordnung



STERN
Berliner Wochenzeitung

WIRTSCHAFTS
ZEITUNG



berlin
Stadt

Was du heute kannst besorgen,
das verschiebe nicht auf morgen!



www.zukunft-residenzstrasse.de



Papiertütenaufdruck

Heute mach
ich blau!



Residenzstraße
einzig[anders]artig

www.zukunft-residenzstrasse.de



Residenzstraße

www.zukunft-residenzstrasse.de

Magnetsticker



Tassenaufdruck

Ohne Kaffee läuft nichts ...

Lass uns abheben!



Luftballonaufdruck

www.zukunft-residenzstrasse.de

Kurze

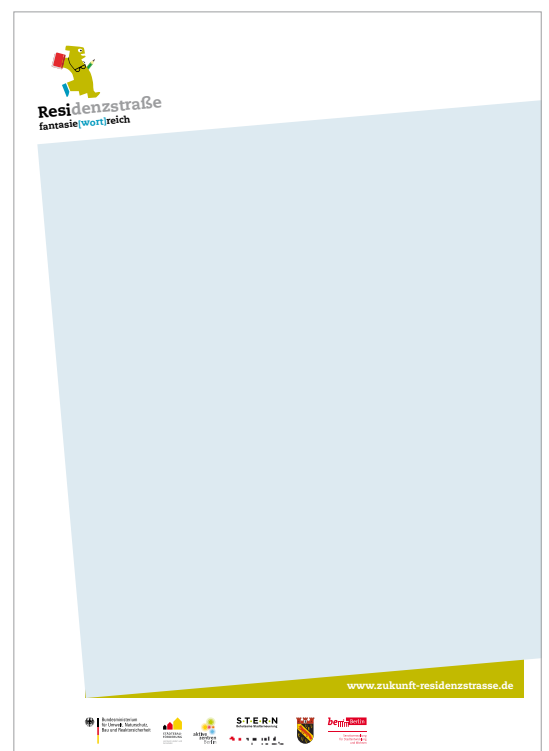
- Verschauf-
- Denk-
- Rede-
- Frühstücks-
- Mittags-
- Kaffee-



Pause!

Residenzstraße
gast[menschen]freundlich

Bierdeckel (Vorderseite)



Die Logoleiste ist bei Give-Aways der Formate > DIN A6 abzubilden.

Notizblock

www.zukunft-residenzstrasse.de



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



STÄDTEBAU-
FÖRDERUNG
von Bund, Ländern und
Gemeinden



aktive
zentren
Berlin

S.T.E.R.N
Behutsame Stadterneuerung

Planergemeinschaft
Kompetenz für Stadt und Raum



berlin Berlin

Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung
und Wohnen