



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie



Einheitlicher  
Ansprechpartner



Europa und Außenwirtschaft

## Corporate Design

Handbuch zur Bild-Wort-Marke

„Einheitlicher Ansprechpartner“ und „Point of Single Contact“

[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

### **Konzeption und Redaktion**

FLASKAMP AG, Berlin

### **Bildnachweis**

Titelmotiv: emmi/fotolia



### **Herausgeber**

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)  
Referat Öffentlichkeitsarbeit  
10115 Berlin  
[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

### **Stand**

April 2009



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.

# Inhalt

<b>Einleitung</b> .....	<b>02</b>
<b>Allgemeines</b> .....	<b>03</b>
<b>Bild-Wort-Marke</b> .....	<b>04</b>
Die Bild-Wort-Marke in Deutsch und Englisch .....	04
Das Raster .....	05
Die Schutzzone .....	06
Die Positionierung .....	06
<b>Typografie</b> .....	<b>07</b>
<b>Farben</b> .....	<b>07</b>
CMYK/RGB/Sonderfarben .....	07
Schwarz-Weiß-Umsetzung .....	07
<b>Broschüren und Flyer</b> .....	<b>08</b>
Die Anwendung auf DIN A4 .....	08
Die Anwendung auf DIN lang .....	10
<b>Geschäftsausstattung</b> .....	<b>11</b>
Der Briefbogen .....	11
Die Visitenkarte .....	13
<b>Messtafeln</b> .....	<b>14</b>
<b>Internet</b> .....	<b>16</b>
<b>PowerPoint-Folien</b> .....	<b>17</b>

## Einleitung

Ein stringenter Markenauftritt bildet die Basis für eine erfolgreiche und effiziente Kommunikation. Nutzen Sie die Bild-Wort-Marke zum Beispiel in Broschüren, Präsentationen oder im Internetauftritt und steigern Sie so den Bekanntheitsgrad der Bild-Wort-Marke national.

Für alle Publikationen, Visitenkarten, Briefbögen, Außenauftritte etc., die im Namen und im Auftrag der Bundesregierung erstellt werden, gilt verbindlich das Corporate Design der Bundesregierung, das unter [www.styleguide.bundesregierung.de](http://www.styleguide.bundesregierung.de) zum Herunterladen bereitsteht.

Die Bild-Wort-Marke „Einheitlicher Ansprechpartner“ und „Point of Single Contact“ wird dabei als Kampagnen-Logo behandelt.

Das CD-Handbuch unterstützt Sie bei Ihrer Arbeit und definiert den Einsatz der Bild-Wort-Marke einfach und praxisorientiert. Durch Ihre Mitarbeit können wir die Markenpräsenz weiter steigern und eine nachhaltige, unverwechselbare Identität etablieren.

## Allgemeines

- ▶ Die Bild-Wort-Marke „Einheitlicher Ansprechpartner“ darf ausschließlich gemäß dem fest definierten Corporate Design angewendet werden.
- ▶ Die Bild-Wort-Marke darf nicht verändert werden – weder verzerrt, gestaucht, umgefärbt, angeschnitten, verfremdet, gestürzt oder gedreht.
- ▶ Das Weglassen von Bestandteilen der Marke und die Veränderung der Typografie sind nicht erlaubt.
- ▶ Die Farben der Bild-Wort-Marke sind verbindlich. Es sind nur die auf den Seiten 4 und 7 abgebildeten Farb- und Graustufenversionen zu benutzen. Dabei ist die farbige Darstellung vorzuziehen. Die Graustufenversion wird ausschließlich bei Schwarz-Weiß-Produktionen angewendet.
- ▶ Als kleinste zulässige Abbildungsgröße gilt eine Breite von 25 mm.
- ▶ Die Bild-Wort-Marke umgibt zu allen Seiten ein weißer Schutzraum, der unantastbar ist. Er beträgt 4 Einheiten (siehe auch Raster) der Bild-Wort-Marke. In diesem weißen Schutzraum darf nichts abgebildet werden.
- ▶ Die Bild-Wort-Marke „Einheitlicher Ansprechpartner“ existiert in englischer Sprache als „Point of Single Contact“.

## Bild-Wort-Marke

### Die Bild-Wort-Marke in Deutsch und Englisch

Die Bild-Wort-Marke besteht aus einer Bild- und einer Wort-Marke. Die Bildmarke stellt eine Figur dar, um die vier Sterne gruppiert sind. Die Bildmarke ist in einem fest definierten Abstand (1 Einheit) links neben der Wortmarke platziert.

Die Bild-Wort-Marke hat eine zweizeilige Bezeichnung in Deutsch (deutsche Version) und alternativ in Englisch (englische Version).

Die Bild-Wort-Marke wird ohne Ausnahme immer positiv eingesetzt.

**Bildmarke und Wortmarke bilden eine geschlossene Einheit und dürfen nie getrennt voneinander dargestellt werden.**



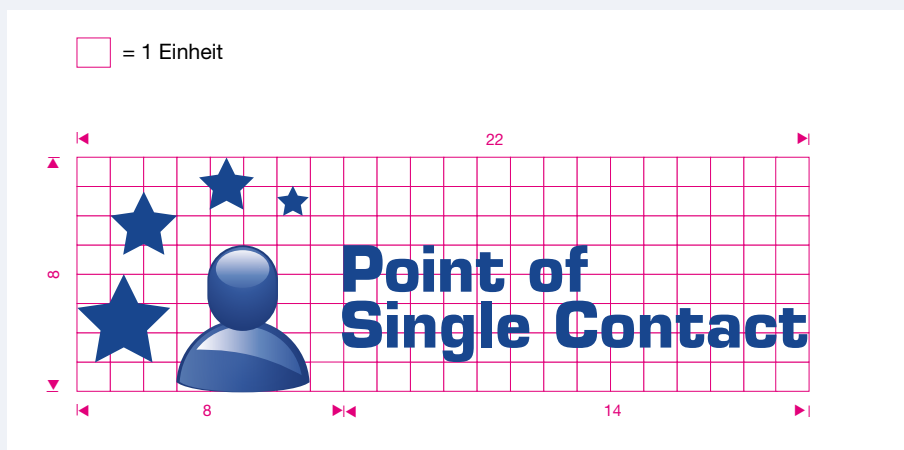
**Einheitlicher  
Ansprechpartner**



**Point of  
Single Contact**

## Das Raster

Um die Proportionen der Elemente zueinander zu verdeutlichen, wurde die deutsche Version mit einem Raster aus 24 x 8 Einheiten, die englische Version mit einem Raster aus 22 x 8 Einheiten unterlegt.



### Die Schutzzone

In der Schutzzone dürfen keine anderen Objekte wie zum Beispiel Texte, Sublogos, Fotos etc. platziert werden. Die Schutzzone entspricht der Hälfte der Gesamthöhe der Bild-Wort-Marke (4 Einheiten).

Die Bild-Wort-Marke kann in der Horizontalen variabel positioniert werden, sie wird jedoch immer in einem Abstand von 4 Einheiten bzw. der Hälfte der Gesamthöhe bündig zur Oberkante des Formates oder einer Abgrenzung platziert.

### Die Positionierung

Muss in Ausnahmefällen Text rechts oder links neben der Schutzzone stehen, wird dieser wie ein Bild oder ein Gestaltungselement behandelt und bündig zur Oberkante der Textkennung gesetzt.

Grundsätzlich sollte ein möglichst großer Abstand zwischen der Bild-Wort-Marke und anderen Gestaltungselementen angestrebt werden.





# Typografie

## Die Schriftart Eurostile

Eurostile ist die Schrift, die für klassisches europäisches Design steht. Klare Linienführung, hohe Prägnanz und das Fehlen von Serifen zeichnen Eurostile aus.

Die Schriftart wird lediglich für die Bild-Wort-Marke verwendet und dient nicht für den allgemeinen Schriftwechsel.

**abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
1234567890**

## Farben

### CMYK-Farbraum

Die Bild-Wort-Marke wird – wenn möglich – immer im 4-Farb-Modus eingesetzt. Nur in Sonderfällen ist die Umsetzung im Farbsystem Pantone erlaubt.



CMYK: 95/80/10/10

### RGB-Farbraum

RGB: R: 15, G: 50, R: 120

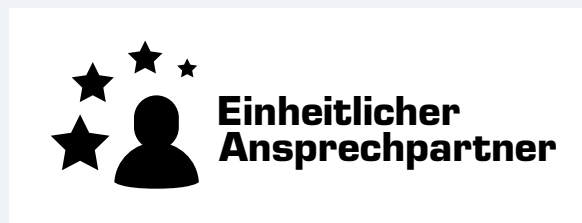
### Sonderfarben

Pantone 280 C und U

### Schwarz-Weiß-Umsetzung

Falls eine farbige Umsetzung der Bild-Wort-Marke nicht möglich ist, zum Beispiel bei einem Fax oder Anzeigen in Tageszeitungen, wird die Farbe durch die Farbe Schwarz ersetzt und in Graustufen umgesetzt.

Sollte ein plakativerer Einsatz notwendig sein, wird auf die Verschattung ganz verzichtet und die Bild-Wort-Marke nur in Schwarz (Strich-Version) eingesetzt.



## Broschüren und Flyer

### Die Anwendung auf DIN A4

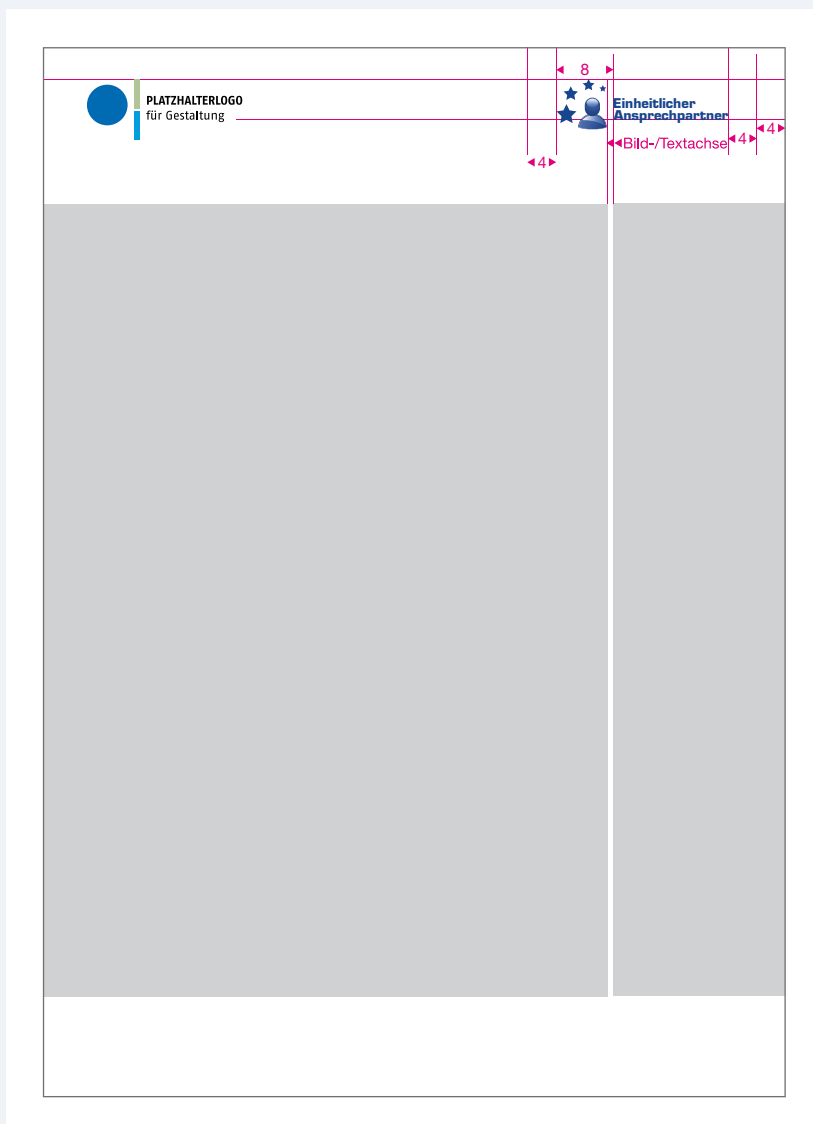
Die Bild-Wort-Marke wird grundsätzlich in zwei Varianten angewendet, die nachfolgend erläutert werden. Die hier in Grau dargestellten Flächen kennzeichnen den freien Gestaltungsraum.

#### Anwendung mit einem Partnerlogo

Die Bild-Wort-Marke wird auf gleicher Höhe wie das Platzhalterlogo positioniert. Wenn möglich, befindet sich die Schriftgrundlinie der Logos auf einer Ebene. Unter Rücksichtnahme auf die Schutzzone sollten die Logos harmonisch zueinander angeordnet werden.

Werden Flächen mit der Bild-Wort-Marke gezeigt, richtet sich die Trennung der Flächen immer nach der Bild-/Textachse des Logos. Dabei ist auch die Schutzzone zu berücksichtigen.

**Die Bild-Wort-Marke steht nie allein, sie wird immer nur in Kombination mit anderen Logos verwendet.**

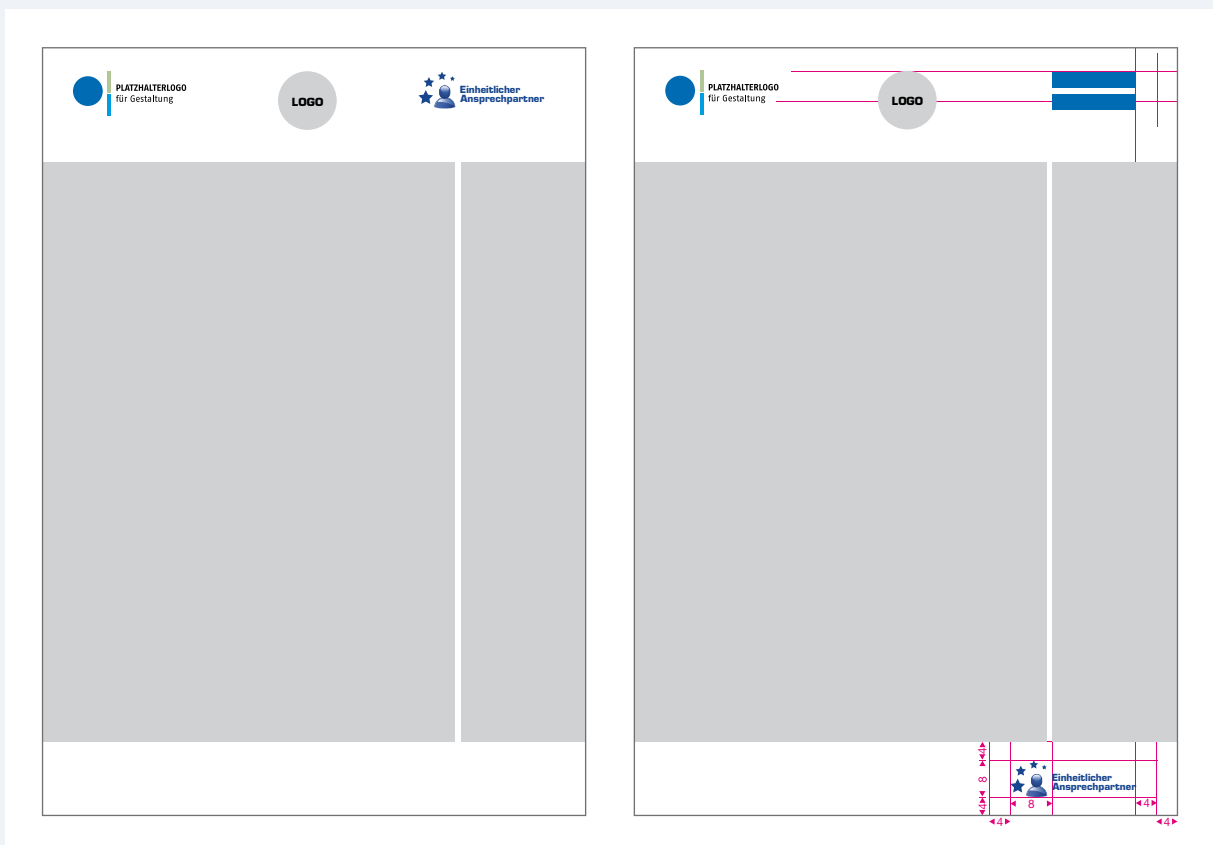


Variante 1: Anwendung mit einem Partnerlogo

### Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

Die Partnerlogos werden in Reihe an der oberen Kante des Platzhalterlogos platziert. Das mittlere Logo wird optisch vermittelt. Wenn möglich, befindet sich die Schriftgrundlinie der Logos auf einer Ebene. Unter Rücksichtnahme auf die Schutzzone sollten die Logos harmonisch zueinander angeordnet werden.

Bei drei Partnerlogos wird die Bild-Wort-Marke unten rechts platziert unter Berücksichtigung der Schutzzone.



Variante 2: Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

## Die Anwendung auf DIN lang

Die Bild-Wort-Marke wird grundsätzlich in zwei Varianten angewendet, die nachfolgend erläutert werden.

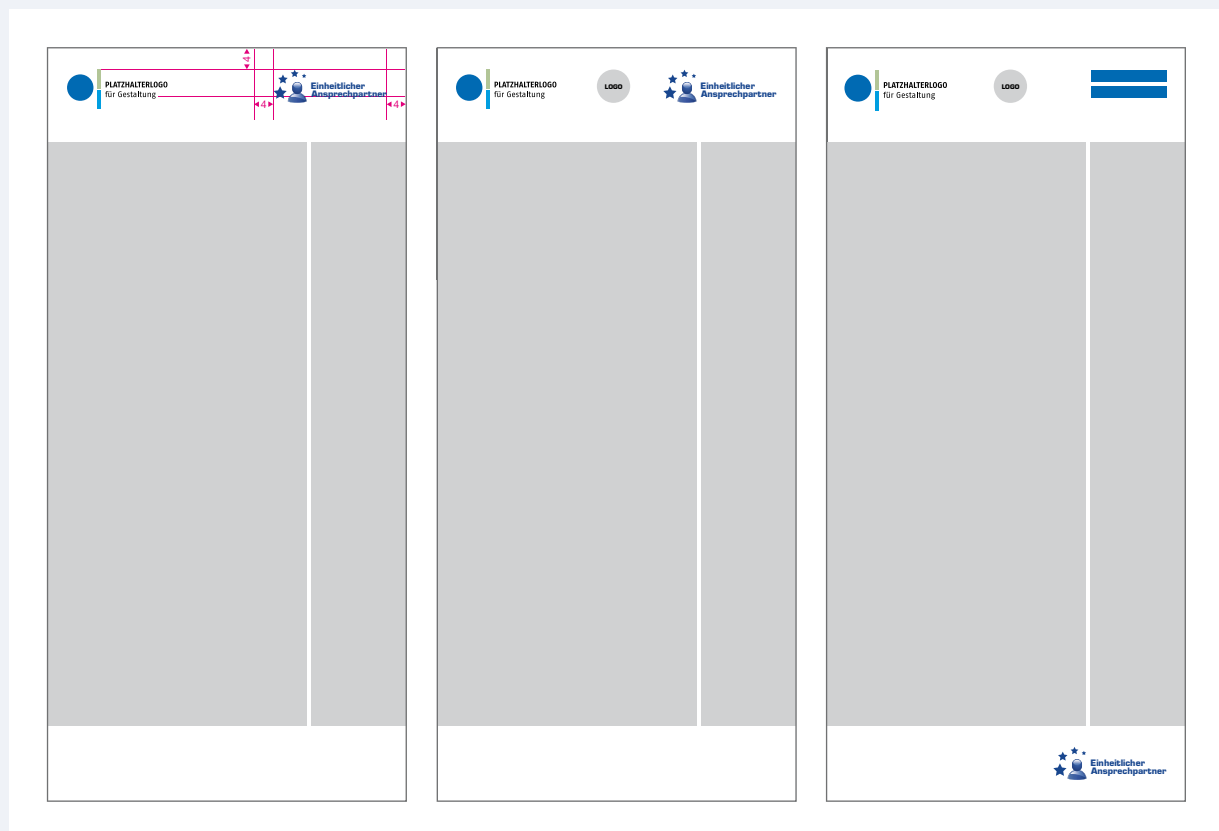
### Anwendung mit einem Partnerlogo

Die Bild-Wort-Marke wird auf gleicher Höhe wie das Platzhalterlogo platziert. Wenn möglich, befindet sich die Schriftgrundlinie der Logos auf einer Ebene. Unter Rücksichtnahme auf die Schutzzone sollten die Logos harmonisch zueinander angeordnet werden.

### Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

Die Partnerlogos werden in Reihe an der oberen Kante des Platzhalterlogos platziert. Das mittlere Logo wird optisch zwischen den beiden anderen Logos vermittelt (maximal drei). Wenn möglich, befindet sich die Schriftgrundlinie der Logos auf einer Ebene.

Bei drei Partnerlogos wird die Bild-Wort-Marke unten rechts platziert unter Berücksichtigung der Schutzzone.



Variante 1: Anwendung mit einem Partnerlogo    Variante 2: Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

# Geschäftsausstattung

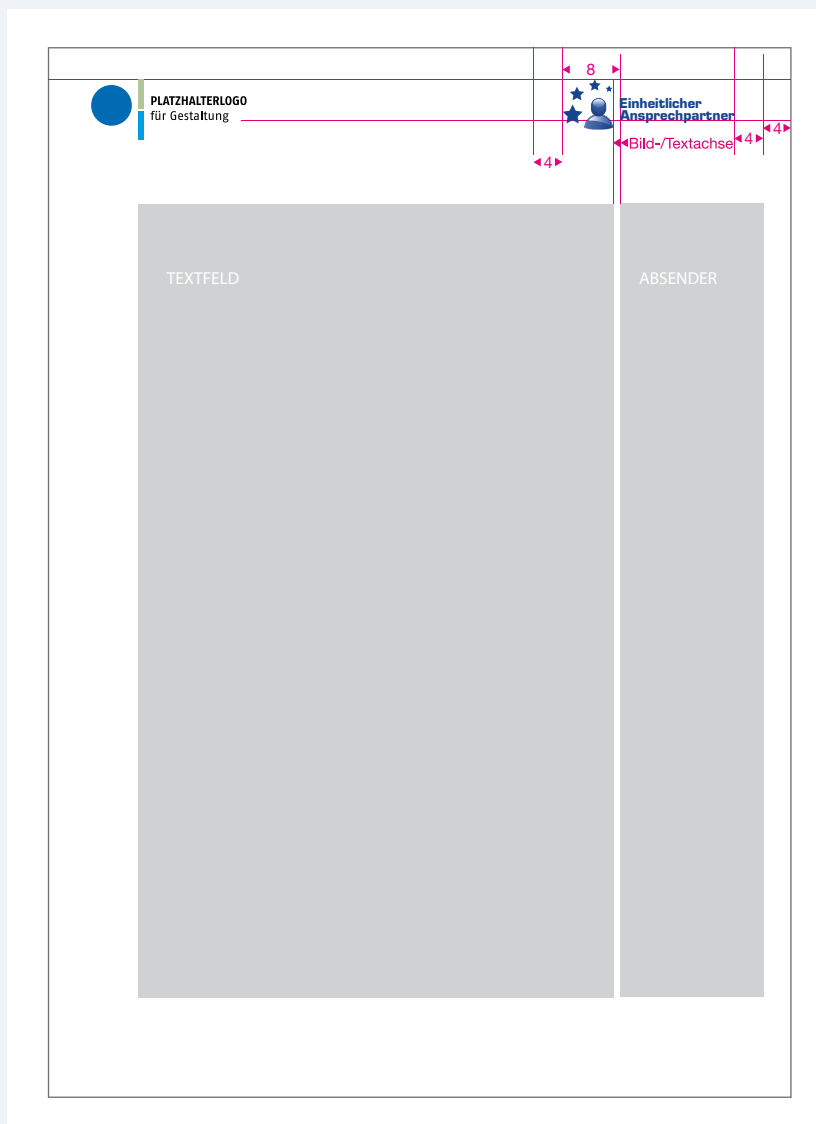
## Der Briefbogen

Die Bild-Wort-Marke wird grundsätzlich in zwei Varianten angewendet, die nachfolgend erläutert werden.

### Anwendung mit einem Partnerlogo

Die Bild-Wort-Marke wird auf gleicher Höhe wie das Platzhalterlogo platziert. Wenn möglich, befindet sich die Schriftgrundlinie der Logos auf einer Ebene. Unter Rücksichtnahme auf die Schutzzone sollten die Logos harmonisch zueinander angeordnet werden.

Werden Flächen mit der Bild-Wort-Marke gezeigt, richtet sich die Trennung der Flächen immer nach der Bild-/Textachse des Logos. Dabei ist auch die Schutzzone zu berücksichtigen.

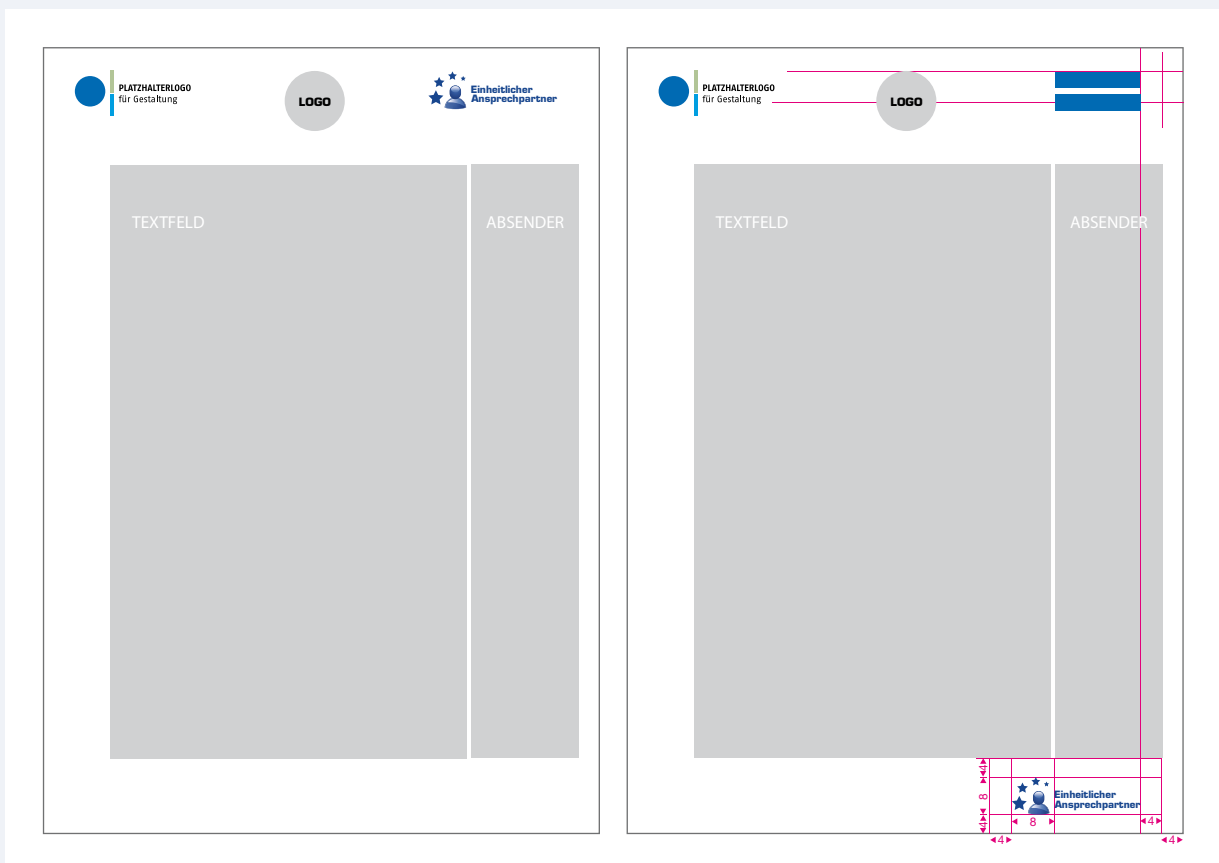


Variante 1: Anwendung mit einem Partnerlogo

**Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos  
(maximal drei)**

Die Partnerlogos werden in Reihe an der oberen Kante des Platzhalterlogos platziert. Das mittlere Logo wird optisch vermittelt. Wenn möglich, befindet sich die Schriftgrundlinie der Logos auf einer Ebene. Unter Rücksichtnahme auf die Schutzzone sollten die Logos harmonisch zueinander angeordnet werden.

Bei drei Partnerlogos wird die Bild-Wort-Marke unten rechts platziert unter Berücksichtigung der Schutzzone.



Variante 2: Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

## Die Visitenkarte

Die Bild-Wort-Marke wird grundsätzlich in zwei Varianten angewendet, die nachfolgend erläutert werden.

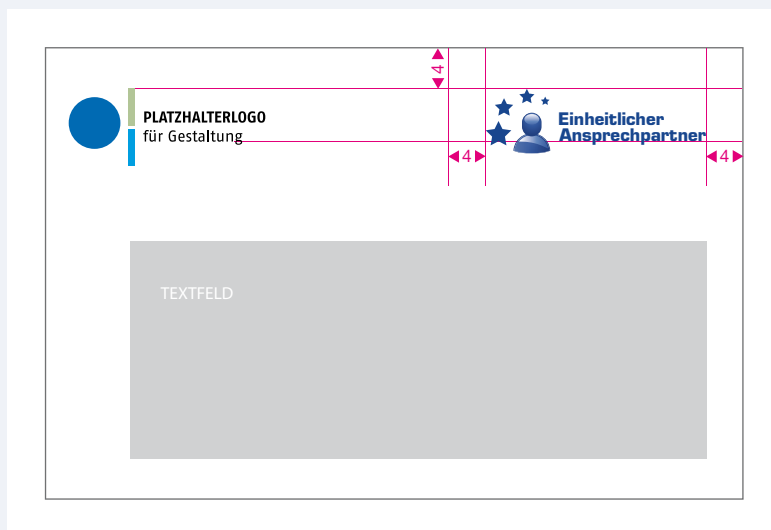
### Anwendung mit einem Partnerlogo

Die Bild-Wort-Marke wird auf gleicher Höhe wie das Platzhalterlogo platziert. Die Schriftgrundlinie der Logos sollte sich möglichst auf einer Ebene befinden. Unter Rücksichtnahme auf die Schutzzone sollten die Logos harmonisch zueinander angeordnet werden.

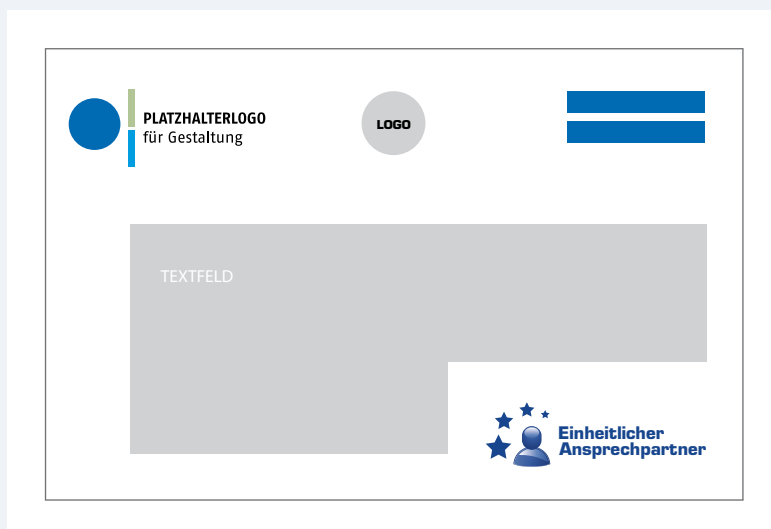
### Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

Die Partnerlogos werden in Reihe an der oberen Kante des Platzhalterlogos platziert. Das mittlere Logo wird optisch zwischen den beiden anderen Logos vermittelt (maximal drei).

Bei drei Partnerlogos wird die Bild-Wort-Marke unten rechts platziert unter Berücksichtigung der Schutzzone.



Variante 1: Anwendung mit einem Partnerlogo



Variante 2: Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

## Messtafeln

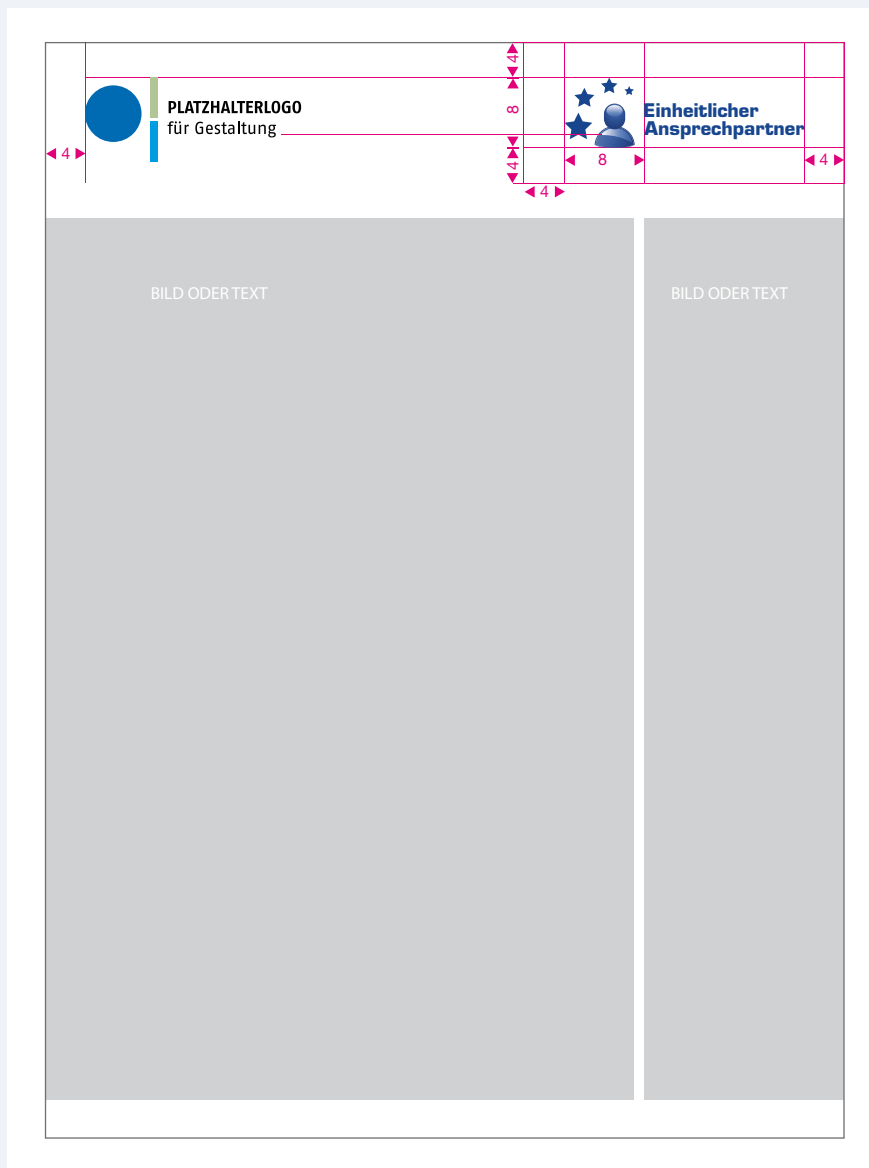
Die Bild-Wort-Marke wird grundsätzlich in zwei Varianten angewendet, die nachfolgend erläutert werden.

### Anwendung mit einem Partnerlogo

Die Bild-Wort-Marke wird auf gleicher Höhe wie das Platzhalterlogo platziert. Wenn möglich, befindet sich die Schriftgrundlinie der Logos auf einer Ebene. Unter Rücksichtnahme auf die Schutzzone sollten die Logos harmonisch zueinander angeordnet werden.

Werden Flächen mit der Bild-Wort-Marke gezeigt, richtet sich die Trennung der Flächen immer nach der Bild-/Textachse des Logos. Dabei ist auch die Schutzzone zu berücksichtigen.

**Die Bild-Wort-Marke steht nie allein, sie wird immer nur in Kombination mit anderen Logos verwendet.**



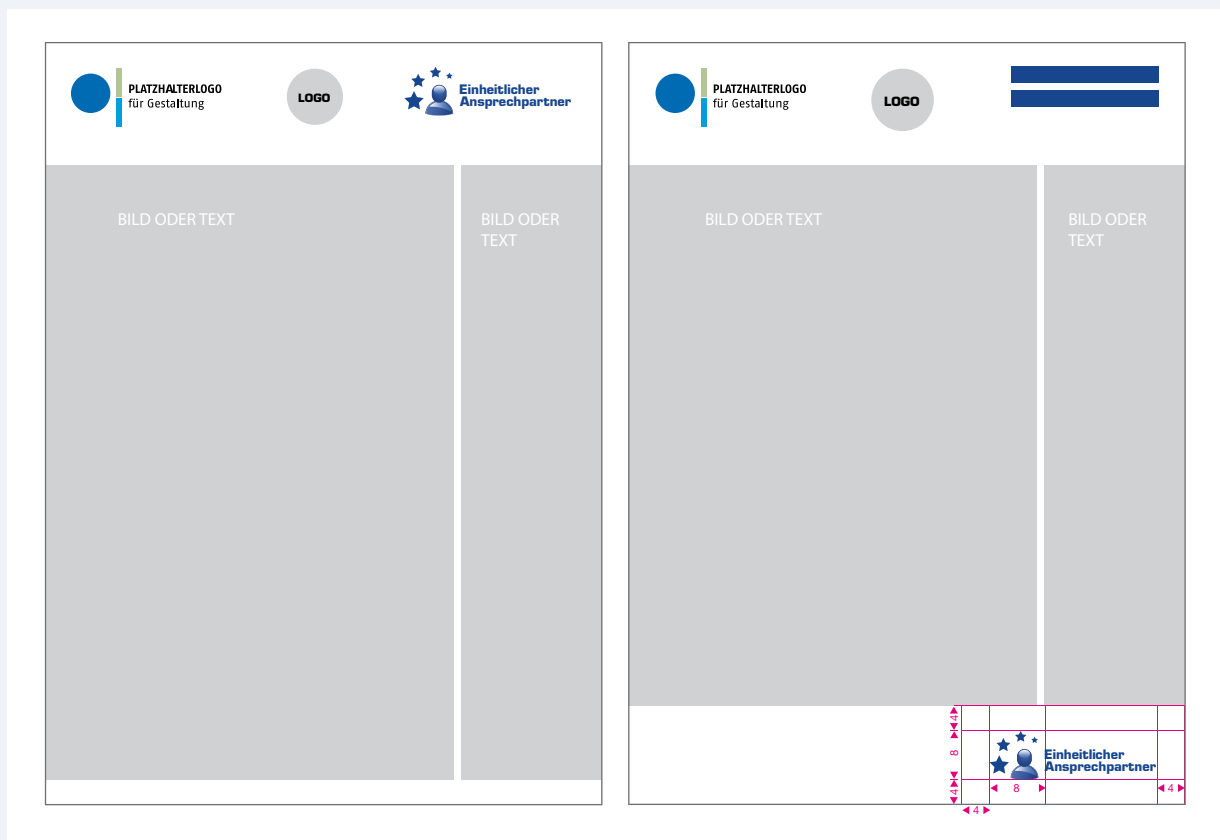
Variante 1: Anwendung mit einem Partnerlogo



### Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

Die Partnerlogos werden in Reihe an der oberen Kante des Platzhalterlogos platziert. Das mittlere Logo wird optisch vermittelt. Wenn möglich, befindet sich die Schriftgrundlinie der Logos auf einer Ebene. Unter Rücksichtnahme auf die Schutzzone sollten die Logos harmonisch zueinander angeordnet werden.

Bei drei Partnerlogos wird die Bild-Wort-Marke unten rechts platziert unter Berücksichtigung der Schutzzone.



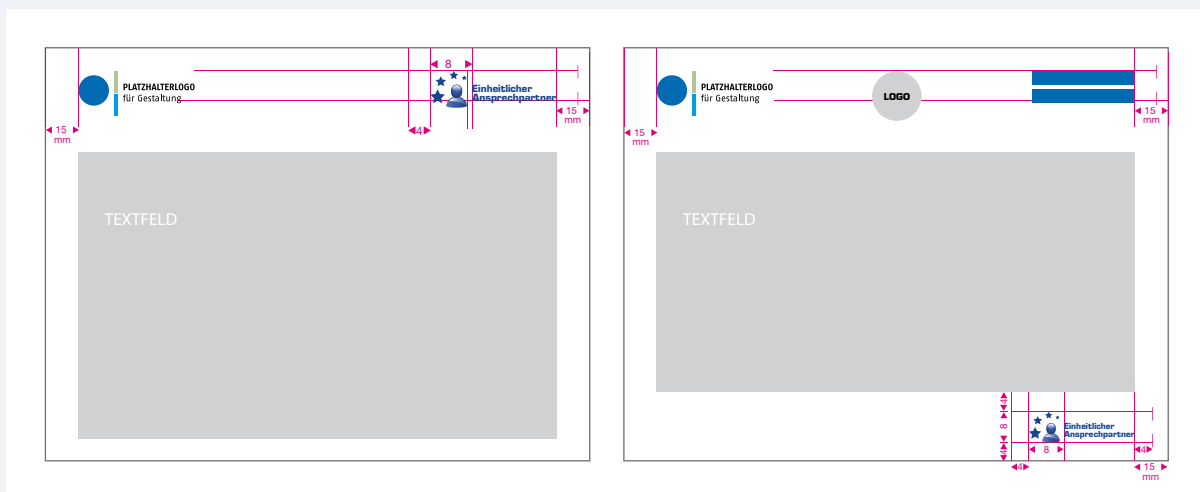
Variante 2: Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

## Internet

Die Bild-Wort-Marke soll entsprechend der eigenen Gestaltung an prominenter Stelle des Internet-auftritts eingebracht werden. Dabei müssen auch hier alle Angaben bezüglich Schutzzone und Mindestgröße berücksichtigt werden. Die Logos sollten harmonisch zueinander angeordnet werden.

## PowerPoint-Folien

Bei den PowerPoint-Folien ist der Abstand zum linken sowie zum rechten Rand mit 15 mm vorgegeben. Die Bild-Wort-Marke wird auf gleicher Höhe wie das Platzhalterlogo platziert. Die Schriftgrundlinie der Logos sollte sich möglichst auf einer Ebene befinden.



Variante 1: Anwendung mit einem Partnerlogo

Variante 2: Anwendung mit zwei oder drei Partnerlogos (maximal drei)

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Ausdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.