

Brand Design Guidelines

Version 1.0

Inhalte



- 1 Logo
- 2 Farbwelt
- 3 Typografie
- 4 Grafikelemente
- 5 Layout Prinzip
- 6 Anwendungen
- 7 Merch

Designziele



Prägnant

Unsere Gestaltung und Präsenz ist so klar wie unsere Identität und Message. Informationen werden “on point” gestaltet und kommuniziert.

Positiv

Mit unserem Design vermitteln wir Positivität und motivieren unsere Mitstreiter*innen durch unsere animierende Designsprache.

Dynamisch

Unser Design ist auf eine einfache Handhabung ausgerichtet und adaptiv. Unsere Medien unterstreichen unseren dynamischen Charakter.

Inklusiv

Wir leben Offenheit und möchten, dass unser Corporate Design einladend und für alle Menschen leicht zugänglich daherkommt.



1 Logo

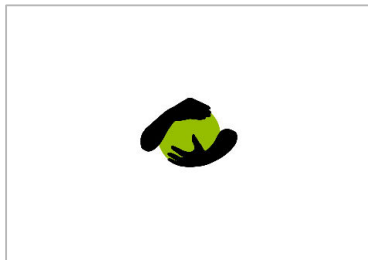
Logo

Unser Logo, mit all seinen Bestandteilen (Bildmarke, Wortmarke und Unterzeile), ist das primäre Erkennungszeichen der Marke BUNDjugend.



1 Logo / 1.0 Auf einen Blick / Varianten

Bildmarke (Symbol)



Bildmarke (Symbol), Regulär



Bildmarke (Symbol) als Logo Sticker

Wort-Bildmarke



Wort-Bildmarke, Mit Unterzeile, Claim



Wort-Bildmarke, Ohne Unterzeile



Wort-Bildmarke, Gestapelt

Logo Sticker



Wort-Bildmarke Logo Sticker, Mit Unterzeile, Claim



Wort-Bildmarke Logo Sticker, Mit Unterzeile, LV



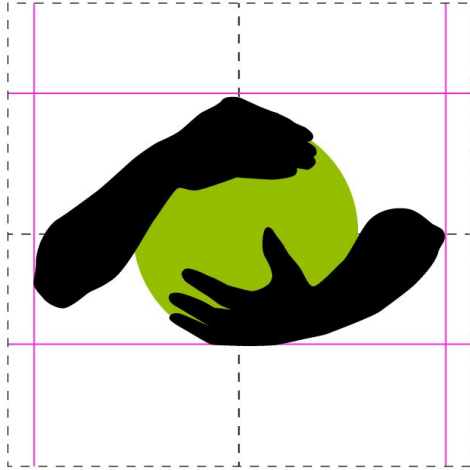
Wort-Bildmarke Logo Sticker, Ohne Unterzeile

Logo

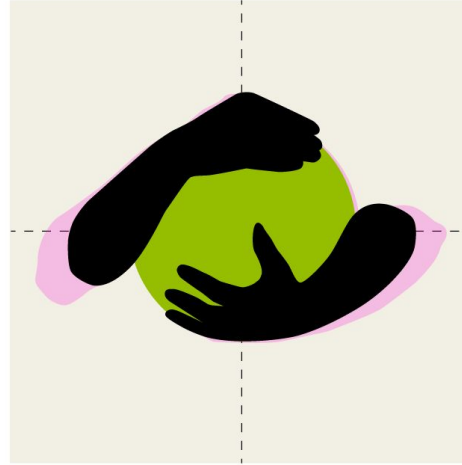
Unser Logo liegt in verschiedenen Varianten vor. Primäre Verwendung sollte dabei die vollständige Wort-Bildmarke finden, wobei je nach Umfeld oder Einsatzgebiet, auf die weiteren Varianten zurückgegriffen werden kann.

Es sollte immer auf erster Ebene (d. h. Titelseiten) die vollständige Wort-Bildmarke mit Claim benutzt werden. Entweder in regulärer Version oder als Logo Sticker.

1 Logo / 1.1 Bildmarke / Evolutionäre Anpassung



Die bisherige Bildmarke war aufgrund der Arm-Zeichnungen sehr breit ausgerichtet, somit für zentrierte Darstellungen nicht optimal

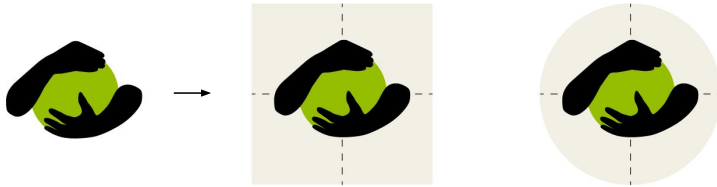
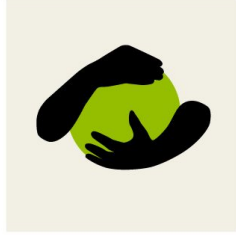


Die optimierte, d. h. technisch überarbeitete, Bildmarke hat eine weniger breit Form und fügt sich somit stimmig in quadratische oder runde Formen ein.

Bildmarke, Evolution

Unsere Bildmarke (Symbol) wurde formal und handwerklich optimiert. Die optimierte Bildmarke kann sukzessive ausgetauscht werden, ohne dass ein Wechsel auffällt.

1 Logo / 1.1 Bildmarke / Versionen + Position im Format



Bildmarke im Format

Wenn die Bildmarke in einer runden oder quadratischen Fläche platziert wird, sollte die Weltkugel immer in der Formatmitte ausgerichtet sein.



Wort-Bildmarke, Einleitung

Unser angepasstes Logo (Wort-Bildmarke) behält weiterhin alle bereits bekannten Bestandteile, ist aber sowohl technisch, als auch optisch angepasst bzw. optimiert.

Es verbindet, durch Adaption des ersten Teils der Wortmarke ("BUND") den Erwachsenenverband mit der BUNDjugend und macht den Zusammenhang beider Organisationen besser sichtbar.

1 Logo / 1.2 Wort-Bildmarke / Aufbau + Schutzzone, Mindestgrößen



Optimierter Aufbau und Darstellung
inkl. Schutzzone



Definierter Einsatz innerhalb Trägerfläche
unter Berücksichtigung Schutzzone

Definierte Mindestgrößen



32 px
2 cm



ca. 48 px
ca. 3 cm

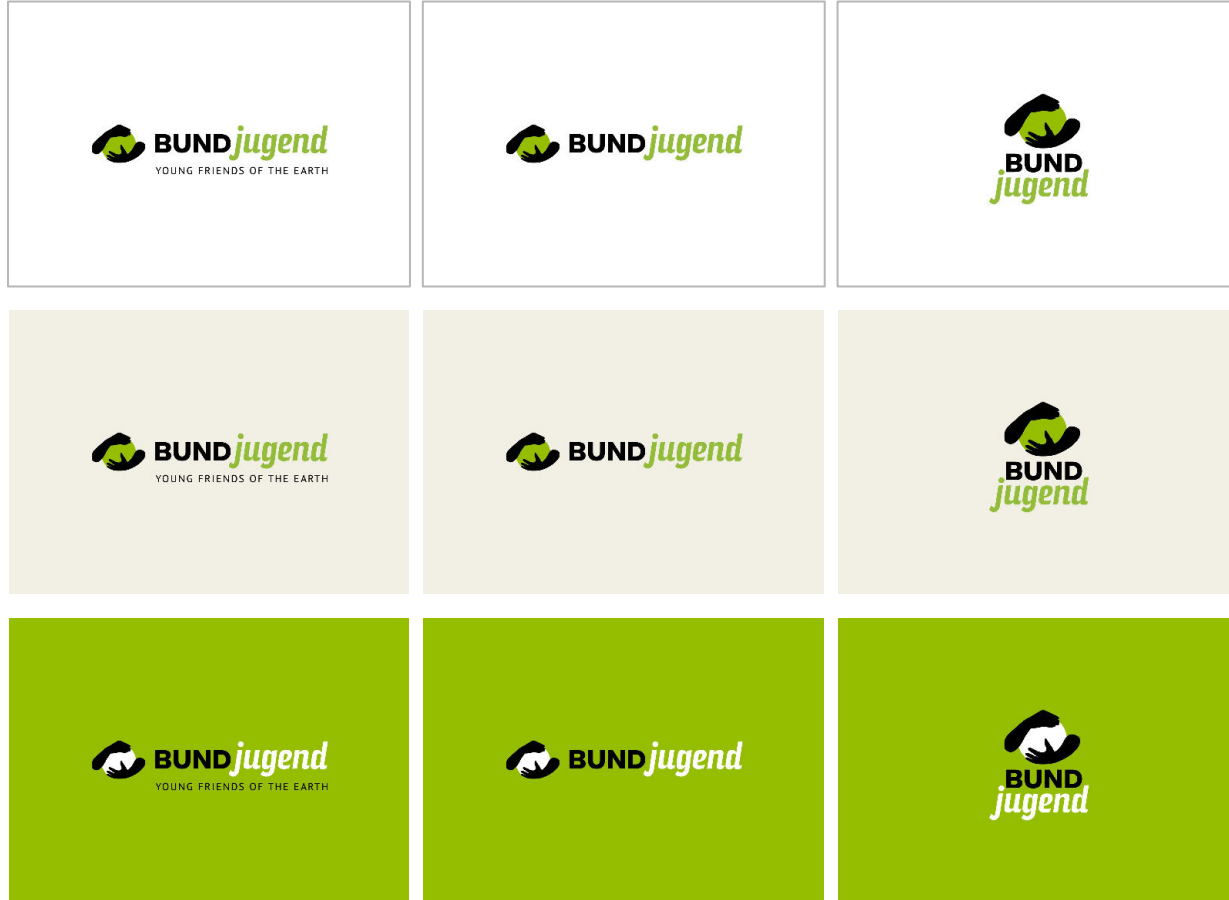


ca. 120 px
ca. 8 cm

Wort-Bildmarke, Aufbau und Schutzzone

Wenn wir unser Logo einsetzen, sollte darauf geachtet werden, dass eine definierte Schutzzone unser Logo zu anderen Gestaltungselementen abgrenzt und eine gute Lesbarkeit garantiert.

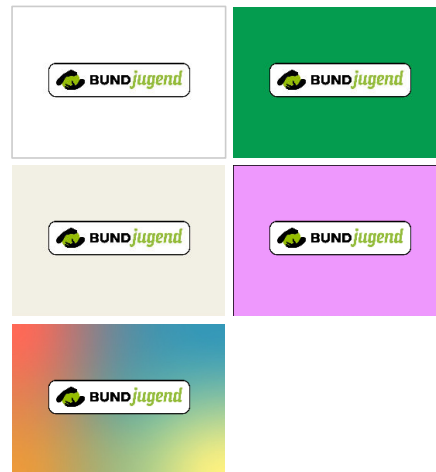
1 Logo / 1.2 Wort-Bildmarke / Versionen



Wort-Bildmarke, Versionen

Es stehen verschiedene Versionen unserer Wort-Bildmarke zur Verfügung, die je nach Einsatzgebiet bzw. Format Ausrichtung verwendet werden können.

1 Logo / 1.3 Logo Sticker / Versionen

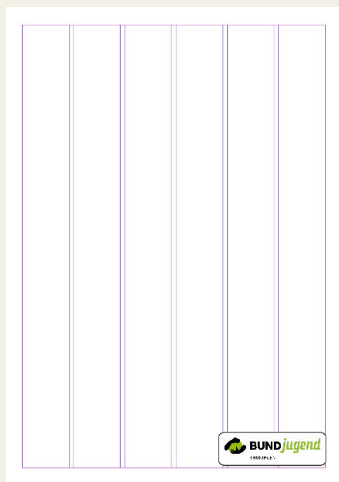


Logo Sticker, Versionen

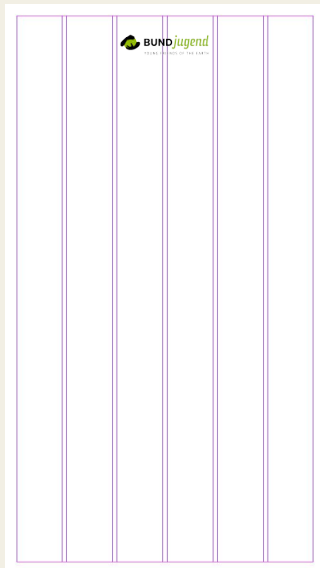
Um eine eindeutige Lesbarkeit in lebendigen Layouts, mit teils unruhigen Hintergründen und Kontrastverhältnissen zu gewährleisten, haben wir für euch den Logo Sticker entwickelt.

1 Logo / 1.4 Logo im Format

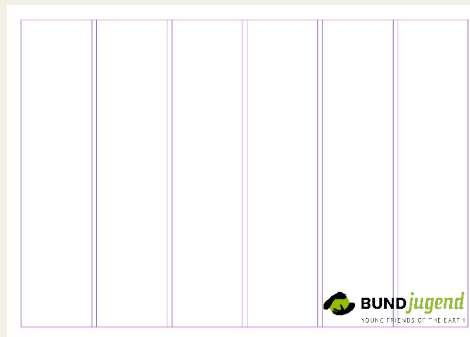
DIN A3/Hochformat



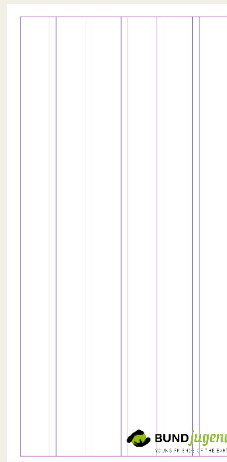
Format 9:16



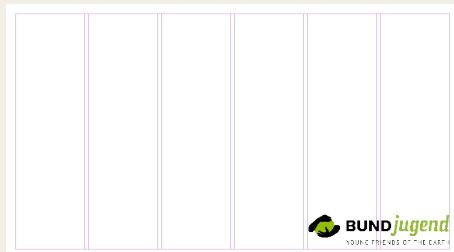
DIN A3/Querformat



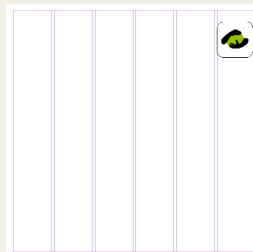
Format DIN-lang



Format 16:9



Format 1:1



Die Logo Platzierung erfolgt immer **oben mittig zentriert** oder **unten rechts** im Format. Mögliche Logos (je nach Motiv bzw. Bildhintergrund) zum Einsatz in den links gezeigten Formaten:

Wort-Bildmarke:



Wort-Bildmarke Logo Sticker (Bundesverband oder LV):



Bildmarke (Symbol) als Logo Sticker:



Logo Darstellung im Format

Unsere Layouts haben eine einfache Spalten-Aufteilung von immer 6 Spalten. Unser Logo nimmt unabhängig der Format-Ausrichtung immer 2 Spalten ein. Ausnahmen: Flyer DIN lang = 3 Spalten (Wort-Bildmarke) sowie Bildmarke (Symbol) = immer max 1 Spalte.

1 Logo / 1.5 Logo als Icon

Das Logo als Icon steht in verschiedenen Farbvarianten zur eigenen Verwendung bereit.



bundjugend ...

BUNDjugend

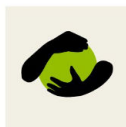
1.662 Beiträge 12.700 Follower 802 Gefolgt

Gemeinnützige Organisation

Es geht um unsere Zukunft! **weltoffen, sozial gerecht, nachhaltig.**
Hier posten Menschen aus dem Haupt- und Ehrenamt ♥

www.bundjugend.de/link-in-bio

Die Bildmarke kann in den dargestellten Farbkombinationen als Avatar
Icon oder Favicon eingesetzt werden:



Logo als Icon (Avatar, Favicon)

Zur Darstellung in kleinen und komprimierten Formaten, sollte immer unsere Bildmarke (Symbol) zum Einsatz kommen.

1 Logo / 1.8 Logo Landesverbände / Einleitung + Aufbau

Die Logo Vorlagen für all unsere Landesverbände, stehen in verschiedenen Varianten zur eigenen Verwendung bereit.



Identischer Aufbau wie Reguläres Logo (Wort-Bildmarke)
mit Unterzeile

Logo Landesverbände Aufbau

Das Logo unserer Landesverbände folgt dem gleichen Aufbau, wie unserem regulären Logo.

Die Unterzeile wird dabei durch entsprechenden Landesverband in gleicher Schriftart ersetzt.

1 Logo / 1.8 Logo Landesverbände / Übersicht

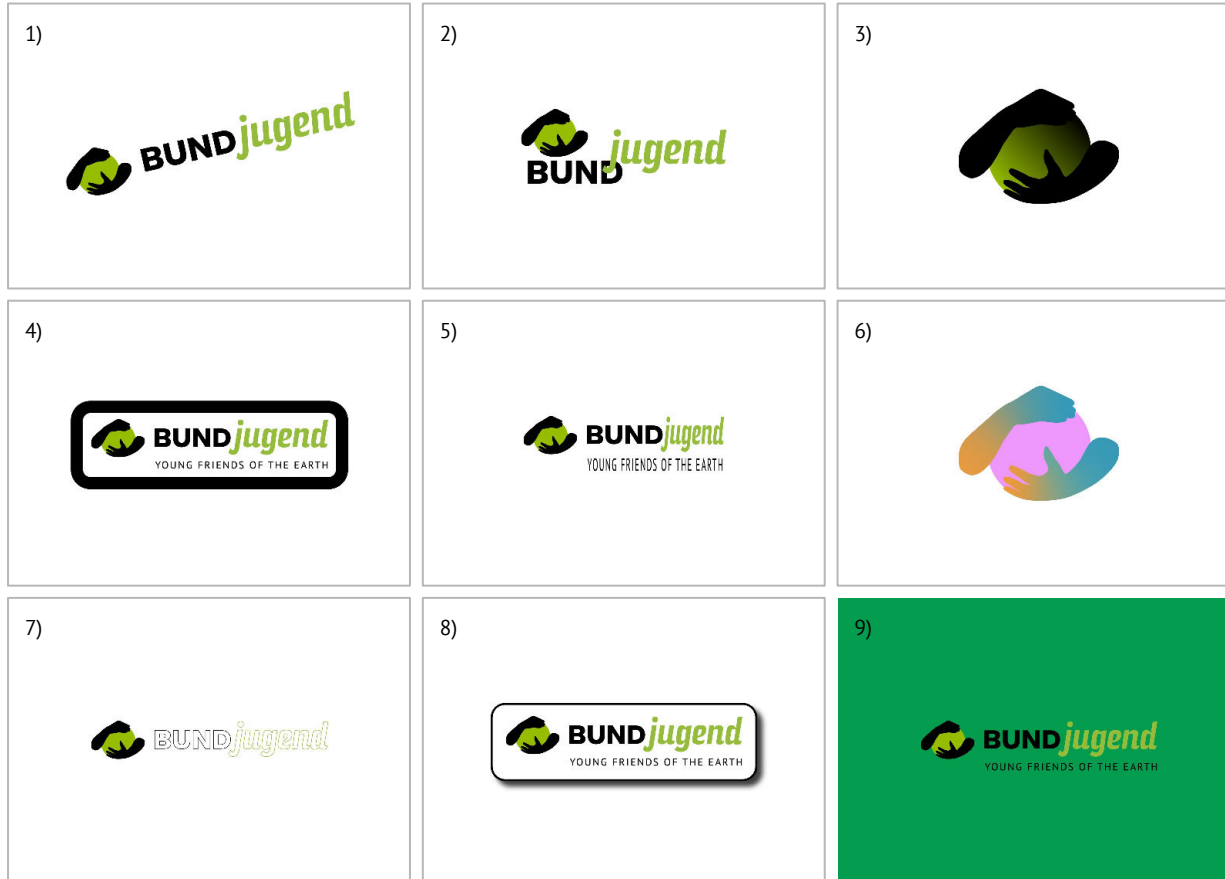
Landesverbände, Logo regulär



Landesverbände, Logo Sticker



1 Logo / 1.9 Logo Misuse



Logo, Negativbeispiele

Um eine konsistente und für alle nachvollziehbare Markenkommunikation zu gewährleisten, ist es wichtig, dass unser Logo (in allen vorliegenden Varianten) nicht verändert wird.

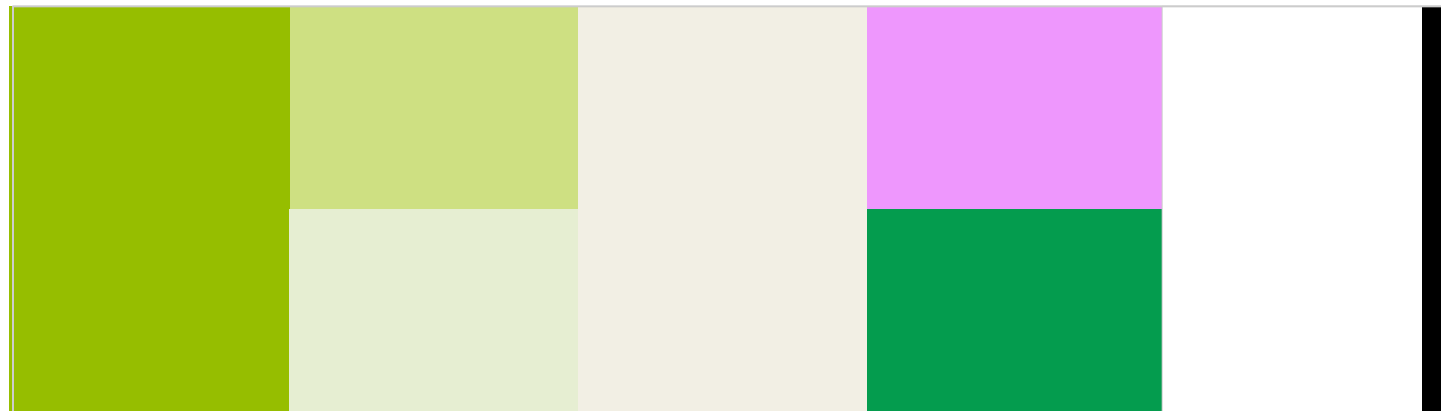
- 1) Keine Rotationen
- 2) Keine Neu Anordnungen oder Gestaltungsvarianten
- 3) Keine Umfärbungen, Verläufe oder Füllungen
- 4) Keine Änderungen der Konturstärke bei Logo Sticker
- 5) Keine Verfremdungen (Stauchungen, Verzerrungen etc.)
- 6) Keine andere Farbgebung (keine Sekundärfarben, Verläufe etc.)
- 7) Keine Kontur-Darstellungen aller Logo-Varianten
- 8) Keine Effekte wie Schlagschatten
- 9) Keine Kombinationen mit zu ähnlichen oder wenig kontrastreichen Hintergründen (hier immer Logo Sticker nehmen)



2 Farbwelt

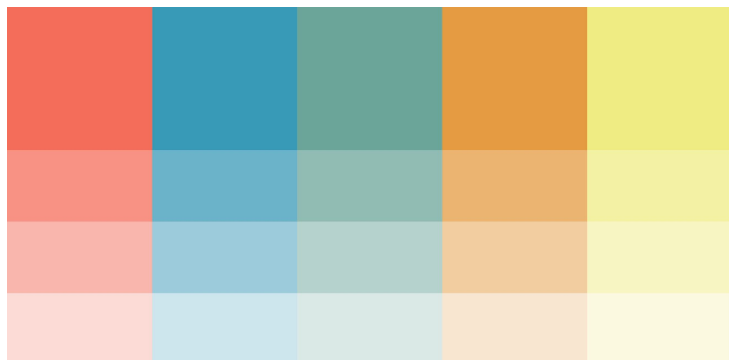
2 Farbwelt / 2.1 Intro und Übersicht

Primär- und Hauptfarben



Immer dann zu verwenden,
wenn die Marke BUNDjugend
nach außen (in die Welt)
kommuniziert wird.

Sekundärfarben



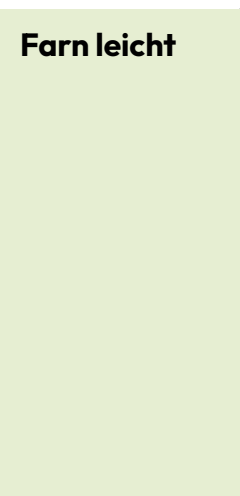
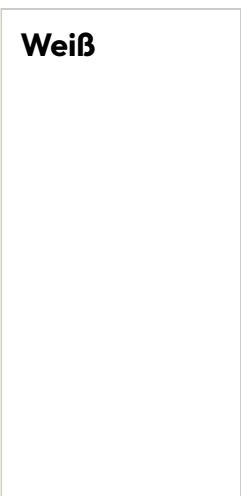
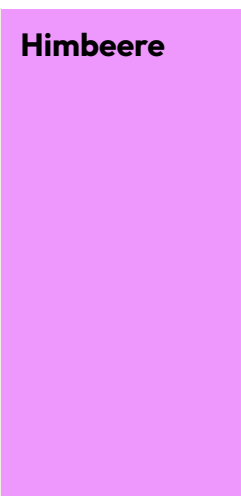
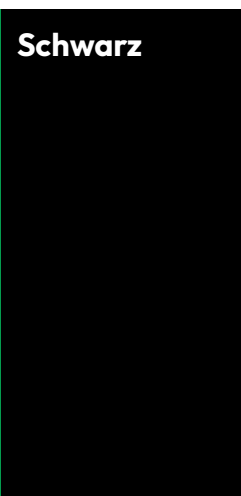
Immer dann zu verwenden,
wenn man sich bereits im
BUNDjugend Markenumfeld
befindet, d. h. die Hauptfarben
bereits zuvor dargestellt
wurden.

*Die Sekundärfarben können in
Abstufungen von 75%, 50%
sowie 25% verwendet werden.*

Farbwelt

Unsere Farbwelt besteht aus
Hauptfarben und Sekundär-
farben. Die Hauptfarben
beinhalten die Primärfarben
(Farben in Logo enthalten). Die
Sekundärfarben sind ergänzend
im Erscheinungsbild
einzusetzen, d. h. sollten immer
nur in bereits definiertem
BUNDjugend-Umfeld stattfinden.

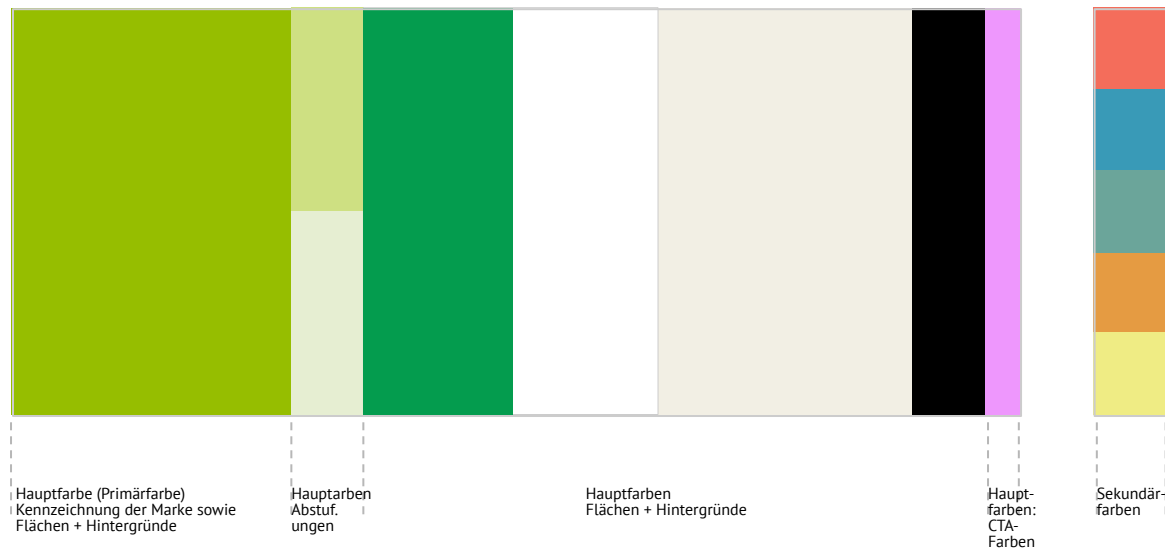
2 Farbwelt / 2.2 Definitionen

Farn	Farn mittel	Farn leicht	Weiß	Sand	Himbeere	Wald	Schwarz
							
Pantone 3507 C cmyk: 50/10/100/1 rgb: 150/190/0 hex: 96be00	<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 26/0/60/0 rgb: 206/124/130 hex: cee082	<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 13/1/23 rgb: 230/238/210 hex: cee082	Weiß cmyk: 0/0/0/0 rgb: 255/255/255 hex: ffffff	Pantone Warm Gray 1 cmyk: 8/7/14/0 rgb: 242/239/228 hex: f2efe4	<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 1/49/0/0 rgb: 238/151/253 hex: ee97fd	<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 84/0/100/0 rgb: 4/156/78 hex 049c4e:	Schwarz cmyk: 100/100/100/100 rgb: 0/0/0/0 hex: 000000

Grapefruit	Meerblau	Seegrün	Karotte	Sommer	Gradient
<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 0/68/59/0 rgb: 244/109/91 hex: f46d5b	<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 73/22/21/3 rgb: 57/154/183 hex: 399ab7	<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 61/18/42/2 rgb: 107/165/154 hex: 6ba59a	<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 9/44/80/1 rgb: 229/155/66 hex: e59b42	<i>Keine Sonderfarbe</i> cmyk: 11/0/58/0 rgb: 239/236/132 hex: efec84	Kombination aller Sekundärfarben

2 Farbwelt / 2.3 Farbverhältnis

Farbverhältnis



Farbverhältnis

Bei der Verwendung von Farben, ist, neben der Unterscheidung von Haupt- und Sekundärfarben, auch darauf zu achten, in welchem Verhältnis die Farben eingesetzt werden sollten, um eine klare Marken Darstellung zu gewährleisten.

Basisfarben (1. Ebene)

Immer einzusetzen, um BUNDjugend als Organisation zu kennzeichnen.

Farn, Sand und Weiß

CTA-Farben (2. Ebene)

Immer einzusetzen, um in bereits klar definierter BUNDjugend-Kommunikation Inhalte hervorzuheben oder zu bestimmter Aktion zu animieren.

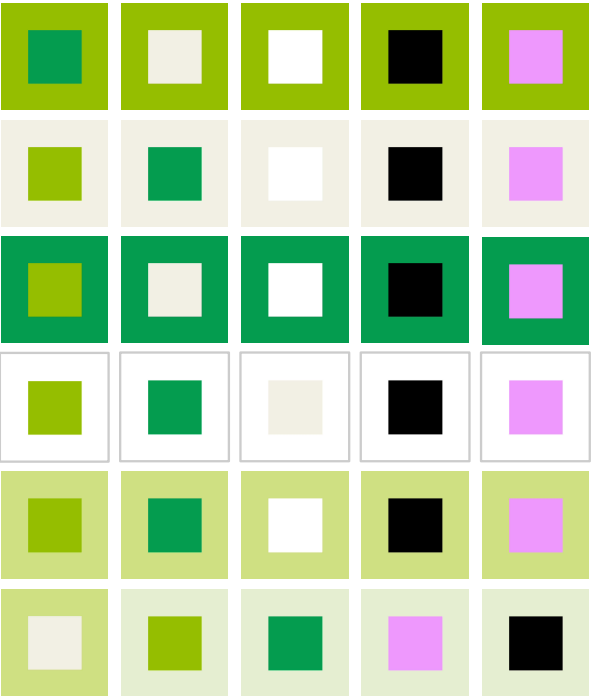
Himbeere, Wald

Sekundärfarben (3. Ebene)

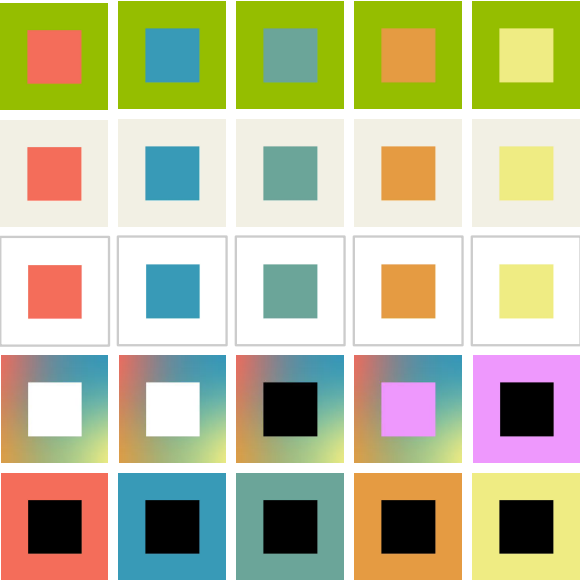
Illustrations Farben zur Veranschaulichung von Inhalten und grafischen Schaubildern sowie als Kapitel- und Themen Trenner.

Grapefruit, Meerblau, Seegrün, Karotte, Sommer

Mögliche Farbkombinationen: Hauptfarben untereinander



Mögliche Farbkombinationen: Hauptfarben mit Sekundärfarben



Farbkombinationen

Für jegliche Art der Gestaltung, sind für unser visuelles Erscheinungsbild definierte Farbkombinationen möglich. Wann immer Layouts (analog oder digital) entwickelt werden, sind die links dargestellten Kombinationen für die Gestaltung von Flächen bzw. Vorder- und Hintergrundfarben anwendbar.



3 Typografie

AaBbCc
012345

Black
ExtraBold
Bold
SemiBold
Medium
Regular
Light

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890
(!@#\$%*?!,.../)

Font: Outfit
[Download](#)

AaBbCc
012345

Bold
Regular

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890
(!@#\$%*?!,.../)

Font: PT Sans
[Download](#)

Schrift, Typografie

In unserem Erscheinungsbild gibt es 2 definierte Hausschriften: Outfit und PT Sans.

Diese Schriften sind in allen Kommunikationsmitteln sowie über alle Landesverbände hinweg der BUNDjugend einzusetzen, um einen konsistenten Markenauftritt zu gewährleisten.

Beide Schriften stehen in definierten Schriftschnitten (Dicken) zur eigenen Verwendung bereit.

Beispiele zur Gestaltung mit Schrift sind auf der nächsten Seite beschrieben und dienen als best practice zur Anwendung.

Konstruktion Headlines 1 + 2

Jugend und Klimaaußen- politik

x

Positionspapier
der Arbeitsgruppe

x

Beim Aufbau von Headline 1 + 2 in Kombination ist darauf zu achten, dass der Großbuchstabe von Headline 2, der Höhe eines Kleinbuchstabens aus Headline 1 entspricht.

Um eine konsistente Darstellung von Headlines zu gewährleisten, sollte dieses Verhältnis immer berücksichtigt werden.

Headlines 1 + 2

Die Schriftgestaltung bzw. das typografische Zusammenspiel von Überschriften, trägt zu einem unverwechselbaren Corporate Design bei und ist ein charakteristisches Merkmal.



In den bereitstehenden Layout Vorlagen in **Affinity Designer**, sind alle Schriftgrößen und typografischen Stile definiert und nachvollziehbar erklärt in ihrer Anwendung.

Das System funktioniert Anwendungs-übergreifend und kann somit einfach auf alle Formate adaptiert werden.

Typografie + Fläche

Sowohl die Schriftarten, als auch einzelne Größen und Auszeichnungsarten, sind in unserem Corporate Design für verschiedene Layout Einsätze definiert.

Headline 1

**Die Poster
Headline 1
sieht so aus**

Outfit ExtraBold, 136 Pt
(ZAB: 135 Pt)

Headline 2

**Broschüre
Titelseite
Headline 2**

Outfit ExtraBold, 90 Pt
(ZAB: 88 Pt)

Headline 3

Headline 3 Stil
sieht so aus über
max. 3 Zeilen

PT Sans Italic, 98 Pt
(ZAB: 108 Pt)

Headline 4

**Headline 4
Überschrift**

Outfit ExtraBold, 32 Pt
(ZAB: 38 Pt)

Headline 5

Headline 5

Outfit ExtraBold, 20 Pt
(ZAB: 26 Pt)

Introtext

*Themenbeschreibung
als Kurztext in diesem
Stil über maximal*

PT Sans Italic, 20 Pt
(ZAB: 26 Pt)

Fließtext

Lorem ipsum dolor
sit amet, consetetur
sadipscing elitr.

PT Sans Italic, 12 Pt
(ZAB: 14,4 pt)

Call-to-Action

Call-to-Action Stil

PT Sans Fett, 12 Pt
(ZAB: 14,4 pt)

Bildunterschrift

Bildunterschrift Stil

PT Sans Italic, 9 Pt

3 Typografie / 3.5 Accessibility / Kontraste und Lesbarkeit (gemäß WCAG)



Mit vielseitigen Kampagnen und Projekten, politischenBeteiligungsformaten, spannenden Veranstaltungen, eindrucksvollen Demos und Aktionen setzen wir uns für Klimaschutz und -gerechtigkeit ein. Komm vorbei, bei uns sind alle willkommen!



Mit vielseitigen Kampagnen und Projekten, politischenBeteiligungsformaten, spannenden Veranstaltungen, eindrucksvollen Demos und Aktionen setzen wir uns für Klimaschutz und -gerechtigkeit ein. Komm vorbei, bei uns sind alle willkommen!



Mit vielseitigen Kampagnen und Projekten, politischenBeteiligungsformaten, spannenden Veranstaltungen, eindrucksvollen Demos und Aktionen setzen wir uns für Klimaschutz und -gerechtigkeit ein. Komm vorbei, bei uns sind alle willkommen!



Mit vielseitigen Kampagnen und Projekten, politischenBeteiligungsformaten, spannenden Veranstaltungen, eindrucksvollen Demos und Aktionen setzen wir uns für Klimaschutz und -gerechtigkeit ein. Komm vorbei, bei uns sind alle willkommen!



Mit vielseitigen Kampagnen und Projekten, politischenBeteiligungsformaten, spannenden Veranstaltungen, eindrucksvollen Demos und Aktionen setzen wir uns für Klimaschutz und -gerechtigkeit ein. Komm vorbei, bei uns sind alle willkommen!



Mit vielseitigen Kampagnen und Projekten, politischenBeteiligungsformaten, spannenden Veranstaltungen, eindrucksvollen Demos und Aktionen setzen wir uns für Klimaschutz und -gerechtigkeit ein. Komm vorbei, bei uns sind alle willkommen!

Kontraste und Lesbarkeit

Farbkontraste sind eine sehr wichtige Komponente, wenn es darum geht, Medien – dabei vor allem digital – zu schaffen, die für alle Nutzer leicht zugänglich sind. Um unsere Texte in allen Medien gut lesbar zu machen, sollte der Kontrast zwischen dem Text und dem Hintergrund hoch sein.

3 Typografie / 3.6 Misuse

1)

JUGEND UND KLIMAAUSSEN- POLITIK

*POSITIONSPAPIER
DER ARBEITSGRUPPE*

MIT VIELSEITIGEN
KAMPAGNEN UND PROJEKTEN,
POLITISCHEN BETEILIGUNGS-
FORMATEN, SPANNENDEN
VERANSTALTUNGEN,
EINDRUCKSVOLLEN DEMOS.

2)

Mit vielseitigen
Kampagnen und Projekten,
politischen Beteiligungs-
formaten, spannenden
Veranstaltungen,
eindrucksvollen Demos
und Aktionen setzen wir
uns für Klimaschutz und
-gerechtigkeit ein. Komm
vorbei, bei uns sind alle
willkommen!

3)

Mit vielseitigen Kampagnen
und Projekten,
politischen Beteiligungs-
formaten, spannenden
Veranstaltungen,
eindrucksvollen Demos und
Aktionen setzen wir uns für
Klimaschutz und -gerechtigkeit
ein. Komm vorbei, bei uns sind
alle willkommen!

4)

Mit vielseitigen Kampagnen
und Projekten.
politischen Beteiligungs-
formaten, spannenden
Veranstaltungen.
eindrucksvollen Demos
und Aktionen setzen wir
uns für Klimaschutz und
-gerechtigkeit ein. Komm
vorbei, bei uns sind alle
willkommen!

5)

Mit vielseitigen
Kampagnen und Projekten,
politischen Beteiligungs-
formaten, spannenden
Veranstaltungen,
eindrucksvollen Demos
und Aktionen setzen wir
uns für Klimaschutz und
-gerechtigkeit ein. Komm
vorbei, bei uns sind alle
willkommen!

6)

Jugend und
Klimaaußen-
politik
Positionspapier
der Arbeitsgruppe

Typografie, Negativbeispiele

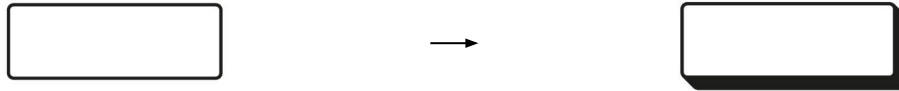
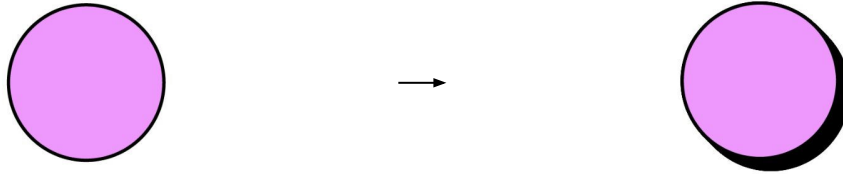
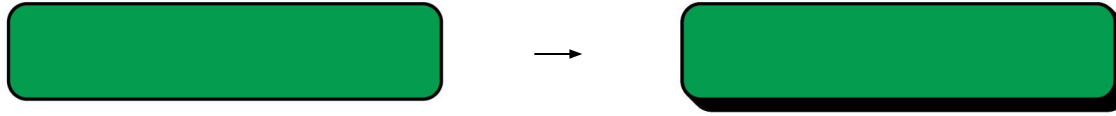
Typografie ist ein wichtiges Gestaltungsmittel in unserem Corporate Design. Es sollte darauf geachtet werden, möglichst nah an den "best practice" Beispielen zu gestalten und Abwandlungen zu vermeiden, zum Beispiel:

- 1) Kein Versalsatz (komplett in Großbuchstaben)
- 2) Kein Blocksatz (immer linksbündig)
- 3) Keine zu engen Laufweiten
- 4) Keine anderen (externen) Schriften oder unleserliche Kombinationen von Text und Hintergründen
- 5) Keine Stauchungen oder Verformungen von Text
- 6) Keine Outlines (Konturen) für Texte



4 Grafikelemente

4 Grafikelemente / 4.1 Hervorhebungen / 3d Element

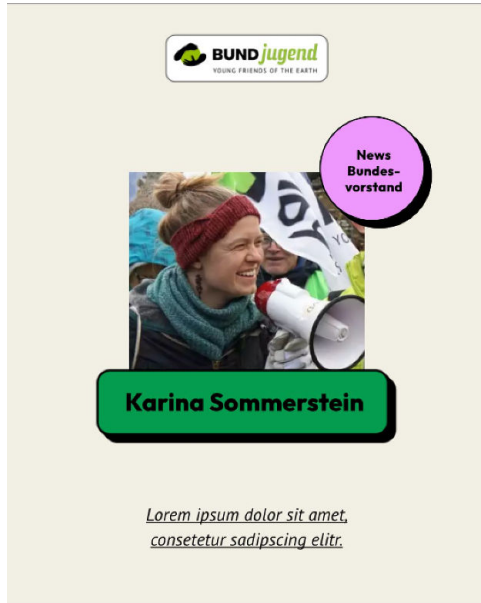


Das 3d Element steht in verschiedenen Farb- und Formvarianten in einzelnen Programmen sowie als separate Grafik Vorlage zur eigenen Verwendung bereit.

Wichtig zu beachten ist es, dass Proportionen (Größenverhältnisse, Kontur Stärken etc.) nicht verändert werden.

3d Element

Ein charakteristisches Gestaltungselement in unserem Corporate Design ist die 3d Hervorhebung, um eine zentrale Info oder Botschaft zu highlighten.

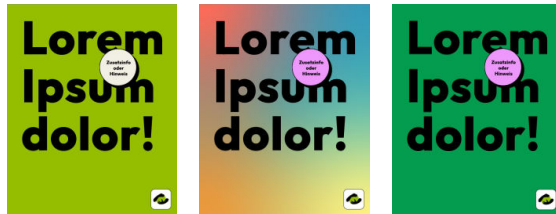


Textbox + Info Badge

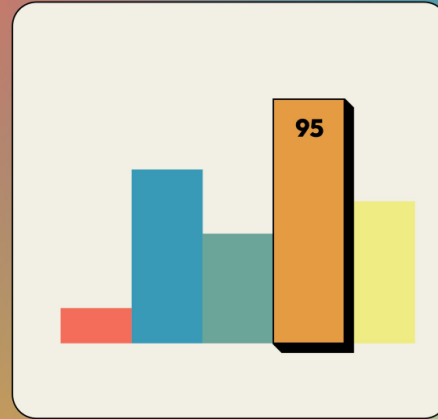
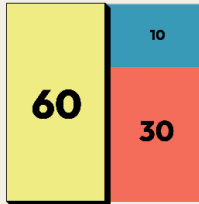
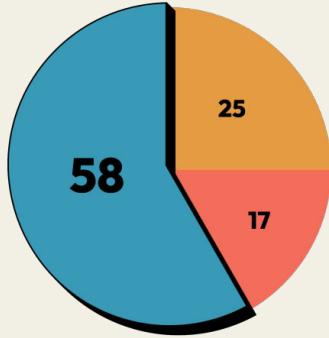
Ein simples und charakteristisches Grafikelement in unserem Corporate Design sind die “Textbox” und “Info Badge” als 3d Elemente.

Sie werden in Layouts als entweder zentrale, oder ergänzende Elemente eingesetzt.

Folgende Farbkombinationen (Schrift auf Fläche) sind für unser 3d Element (“Textbox” + “Info Badge”) zur Verwendung definiert:



4 Grafikelemente / 4.2 Illustrationen + Infografiken



Links dargestellt sind verschiedene Infografiken auf neutralem Hintergrund, oder in Kombination mit dem Gradient als Hintergrundfläche.

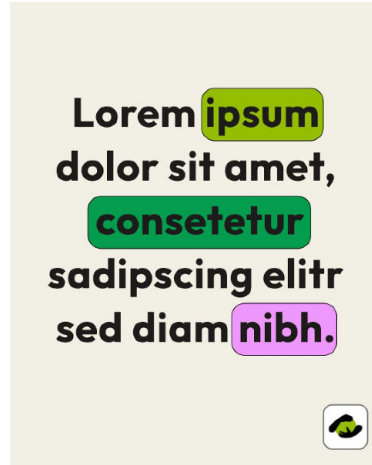
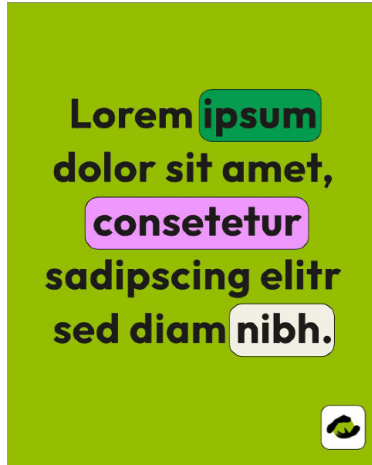
Illustrationen + Infografiken

Für grafische Schaubilder aller Art, wird der Stil zur Hervorhebung von Elementen oder Infos adaptiert. Die zentrale info einer Grafik wird entsprechend hervorgehoben.

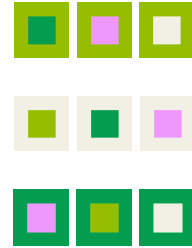
4 Grafikelemente / 4.3 Hervorhebung / Farbliche Hinterlegung

*Das farbliche Element zur Hinterlegung steht in der Instagram Vorlage in **Affinity Designer** bereit.*

Es sollte in seinem Aussehen (Ecken-Radius etc.) immer als Grundlage für weitere Einsatzgebiete verwendet werden.



Zur Hervorhebung bzw. farblichen Auszeichnung von Begriffen sind folgende Farbkombinationen möglich:



Farbliche Hinterlegung

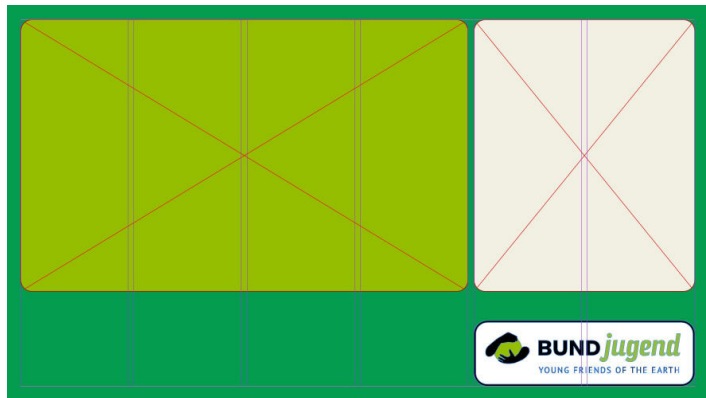
Um bestimmte Inhalte hervorzuheben und ihnen ein zusätzliches Gewicht zu geben, können einzelne Begriffe in einem kompakten Text farblich hinterlegt werden.



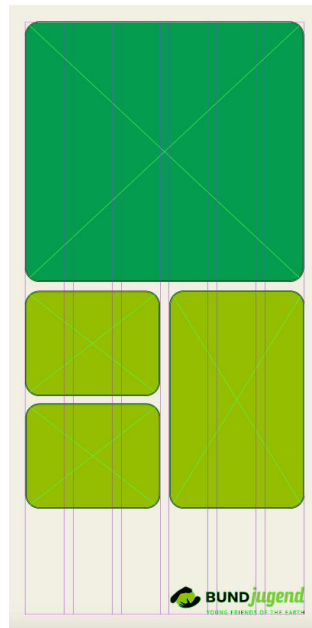
5 Layout Prinzip

5 Layout Prinzip / 5.1. Einleitung / Bento Design Prinzip + Titel Formate

Format 16:9



Format DIN-lang



Bento Prinzip, Titel Formate

Das Bento-Designprinzip ist ein Raster-basiertes Layout, das Inhalte in klar getrennte, modulare Kacheln (ähnlich einer japanischen Bentobox) organisiert, um eine strukturierte, visuell ansprechende und funktionale Darstellung zu schaffen. Wir verwenden es für die Gestaltung all unserer Titel Formate.

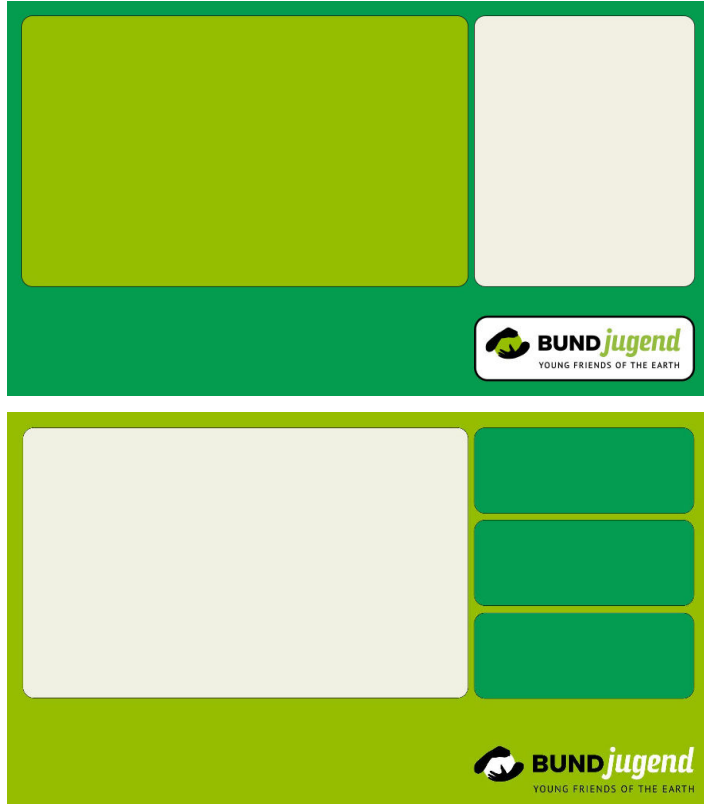
Um ein dynamisches, gleichzeitig aber konsistentes Layout zu erzielen, gelten die nachfolgenden Regeln zur Anwendung.

In einem Titel Layout enthalten sind immer:

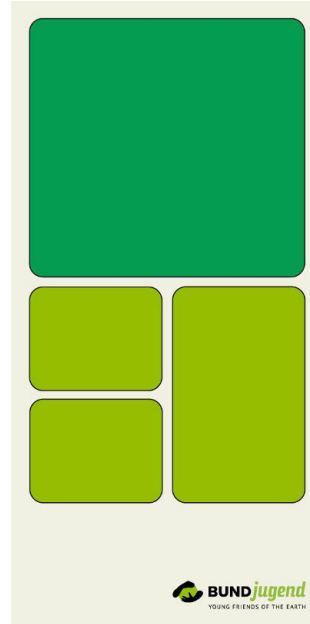
- > BUNDjugend Logo
 - > Mindestens 2 Hauptfarben
 - > Maximal 3 Hauptfarben
 - > Wenn 2 Hauptfarben verwendet, kann 1 Fläche mit Bild gefüllt sein
 - > Optional: 3d Element (immer Himbeere)
-
- > Headline 1 in größter Fläche/Box
 - > Dann: Unterzeile oder Bild
 - > Bild kann formatfüllend im Hintergrund eingesetzt werden
 - > Zusätzliche Inhalte in kleinsten Flächen

5 Layout Prinzip / 5.1. Einleitung / Bento Design Prinzip + Titel Formate /Farben

Format 16:9



Format DIN-lang



Bento Prinzip, Titel Formate + Farben

Wenn wir das Bento Prinzip anwenden, ist es wichtig nur die dafür vorgesehenen Hauptfarbe zu verwenden, um über alle Medien und Landesverbände hinweg einen konsistenten Markenauftritt zu gewährleisten.

Zur Gestaltung von Titel Formaten, können die nachfolgenden Farben für Flächenelemente eingesetzt werden:

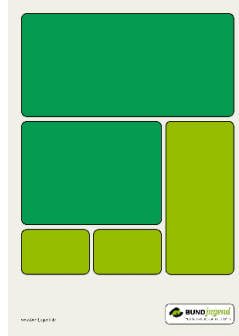


Jedes Bento-Flächenelement hat in allen Layout eine Kontur von 1 Pt bzw. 1 px Konturstärke.

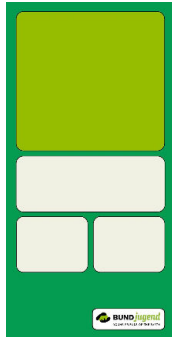
Layout 16:9



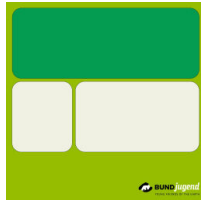
Layout DIN A4/Hochformat



DIN lang



Layout 1:1



Bento-Prinzip, Seitenverhältnisse

Unser Layout System für Titel Formate ist hat ein adaptives Design: Das gestalterische Prinzip folgt einem immer gleichen System, worin sich seine einzelnen Elemente je nach Format Ausrichtung individuell anpassen, unter Beibehaltung unseres charakteristischen neuen Looks.



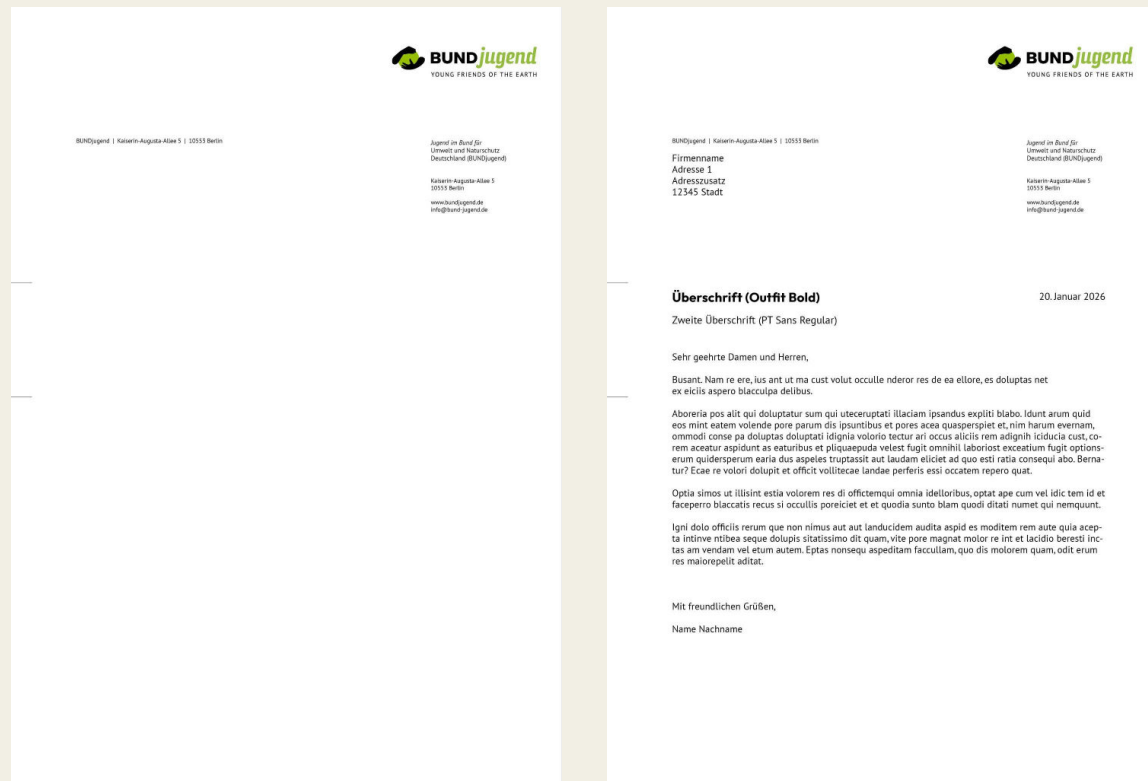
6 Anwendungen



Anwendungen analog

6 Anwendungen / 6.1 Geschäftsausstattung / Briefpapier

Briefpapier Bundeszentrale, Vorschau



Briefpapier Landesverband, Vorschau



Beispielhafter Einsatz des LV Logos
Nordrhein-Westfalen.

Das Briefbogen Layout steht als editierbare
Vorlage in **Microsoft Word** zur eigenen
Verwendung bereit.

Briefpapier

Unser Briefpapier hat sowohl
für die Bundeszentrale, als auch
alle Landesverbände den
gleichen Layout Aufbau.

6 Anwendungen / 6.1 Geschäftsausstattung / Visitenkarten

Visitenkarte Bundeszentrale, Vorschau



Lea Fraider

Presse & Öffentlichkeitsarbeit



+49 (0) 1234 / 56 56 78 78
lea.fraider@bundjugend.de

Jugend im Bund für
Umwelt und Naturschutz
Deutschland (BUNDjugend)

Kaiserin-Augusta-Allee 5
10553 Berlin
www.bundjugend.de

Visitenkarte LV Nordrhein-Westfalen, Vorschau



Name Nachname

Titelbezeichnung



+49 (0) 1234 / 56 56 78 78
name.nachname@bundjugend-nrw.de

Jugend im Bund für
Umwelt und Naturschutz
Deutschland (BUNDjugend)

Paradieser Weg 19
59494 Soest
www.bundjugend-nrw.de

Beispielhaftes Layout für Visitenkarten. Eine editierbare Vorlage kann über die Bundeszentrale angefragt werden.

Visitenkarten

Unsere Visitenkarten haben sowohl für die Bundeszentrale, als auch alle Landesverbände den gleichen Layout Aufbau.

6 Anwendungen / 6.2 Titel Formate (Adaptives Design)



Adaptive Titel Formate

Bei der Verwendung von Farben, ist, neben der Unterscheidung von Haupt- und Sekundärfarben, auch darauf zu achten, in welchem Verhältnis die Farben eingesetzt werden sollten, um eine klare Marken Darstellung zu gewährleisten.

Es stehen für unterschiedliche Titel Formate (DIN A3, DIN A4, Din-lang) Layout Vorlagen in Affinity Designer bereit.

Sie dienen als Grundlagen für die Erstellung von eigenen Layouts.

Das System funktioniert Anwendungs-übergreifend und kann somit einfach auf alle Formate adaptiert werden.

6 Anwendungen / 6.3 Poster Templates

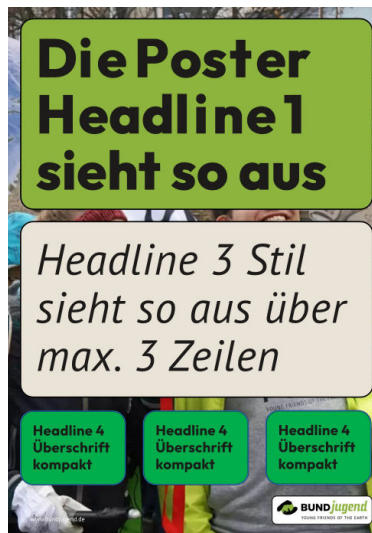
Poster Template A (Info umfangreich)



Poster Template B (Info knapp)



Poster Template C (Auf Foto)



Das Poster Layout steht als editierbare Vorlage in **Affinity Designer** zur eigenen Verwendung bereit.

Zur Gestaltung von Postern sind für Schrift + Hintergründe die nachfolgenden Farbkombinationen zur Verwendung definiert:



Für Schrift und Typografie (3d Element) sind weiter folgende Kombinationen definiert:



Poster Templates

Für Poster sind 2 Gestaltungsvorlagen definiert. Diese Vorlagen unterscheiden sich im Informationsumfang, d.h. sind auf mehr bzw. weniger Textinhalte ausgerichtet.

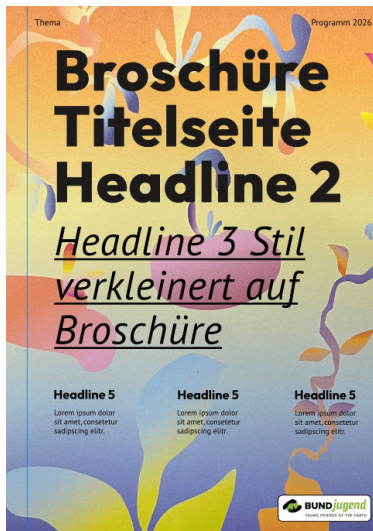


6 Anwendungen / 6.4 Broschüren Templates

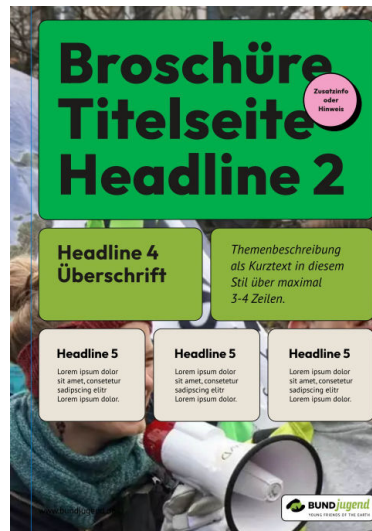
Broschur Template A



Broschur Template B



Broschur Template C



Das Broschüren Titel Layout Layout steht als editierbare Vorlage in **Affinity Designer** zur eigenen Verwendung bereit.

Zur Gestaltung von Postern sind für Schrift + Hintergründe die nachfolgenden Farbkombinationen zur Verwendung definiert:



Für Schrift und Typografie (3d Element) sind weiter folgende Kombinationen definiert:



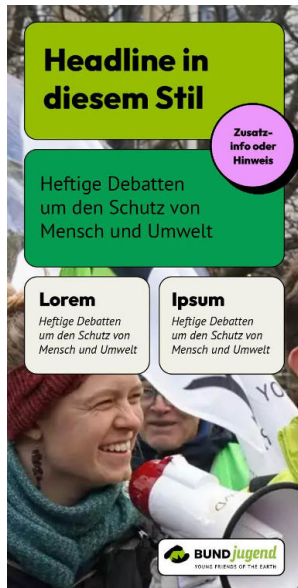
Poster Templates

Für Poster sind 2 Gestaltungsvorlagen definiert. Diese Vorlagen unterscheiden sich im Informationsumfang, d.h. sind auf mehr bzw. weniger Textinhalte ausgerichtet.



6 Anwendungen / 6.5.1 Flyer DIN lang (Layout Beispiel)

Beispiel DIN-lang
(Bundeszentrale)



Beispiel DIN-lang
(Bundeszentrale)



Beispiel DIN-lang
(LV Thüringen)



Beispiel DIN-lang
(Bundeszentrale)



Das Flyer Layout für DIN-lang Layout steht als editierbare Vorlage in **Affinity Designer** zur eigenen Verwendung bereit.

Zur Gestaltung von Flyern sind für Schrift + Hintergründe die nachfolgenden Farbkombinationen zur Verwendung definiert:



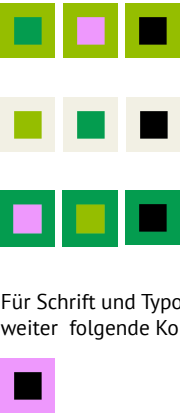
Für Schrift und Typografie (3d Element) sind weiter folgende Kombinationen definiert:



6 Anwendungen / 6.5.2 Flyer DIN lang (Vorschau Titel Variationen)

Das Flyer Layout für DIN-lang Layout steht als editierbare Vorlage in **Affinity Designer** zur eigenen Verwendung bereit.

Zur Gestaltung von Flyern sind für Schrift + Hintergründe die nachfolgenden Farbkombinationen zur Verwendung definiert:



Für Schrift und Typografie (3d Element) sind weiter folgende Kombinationen definiert:



Seite 5

Headline 5

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.



Bildunterschrift: Btl

Headline 5

Themenbeschreibung als Kurztext in diesem Stil über maximal 3-4 Zeilen.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.

Call-to-Action Stil

Seite 6

Headline 4 Überschrift

Themenbeschreibung als Kurztext in diesem Stil über maximal 3-4 Zeilen.

Headline 5

>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

Headline 5

>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

Seite 2

Headline 4 Überschrift

kann auch hier stehen

Themenbeschreibung als Kurztext in diesem Stil über maximal 3-4 Zeilen.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.

Bildunterschrift: Btl für Zusatzinfos einordnen

Headline 5

>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.

Kann als Textstil für Zitate oder Textauszüge verwendet werden (Stil Themenbeschreibung)

Seite 3

Headline 5

>Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.

Bildunterschrift: Btl

Headline 5

Themenbeschreibung als Kurztext in diesem Stil über maximal 3-4 Zeilen.

Seite 4

Headline 5

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.



Bildunterschrift: Btl

Headline 5

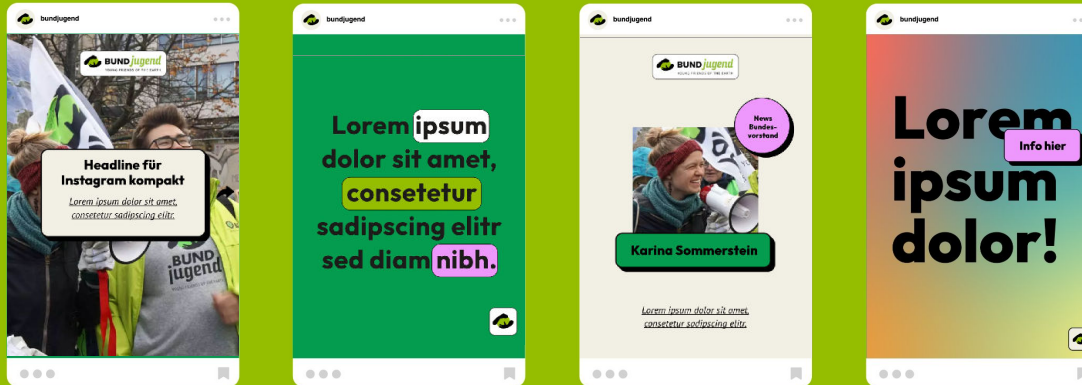
Themenbeschreibung als Kurztext in diesem Stil über maximal 3-4 Zeilen.



Anwendungen digital

6 Anwendungen / 6.5.1 Social Media, Instagram, Best practices

Für alle dargestellten Social Media Layouts (Instagram) stehen editierbare Vorlagen zur eigenen Verwendung in **Affinity Designer** bereit.



Instagram, Designsprache

Unser Social Media Design, wird mit dem überarbeiteten visuellen Erscheinungsbild sukzessive angepasst und aufgefrischt. Es sollten formal einfache, teilweise variierende Layouts (gemäß der Beispiel) zum Einsatz kommen.

6 Anwendungen / 6.5.2 Social Media, Instagram, Best practices (Regular Post)

Für alle dargestellten Social Media Layouts (Instagram) stehen editierbare Vorlagen zur eigenen Verwendung in **Affinity Designer** bereit.

Slide 1

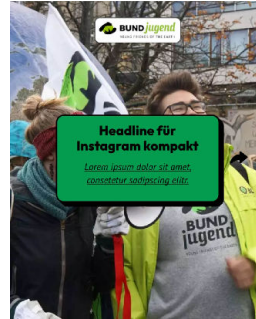
Farbvariante 1



Farbvariante 2



Farbvariante 3



Farbvariante 4



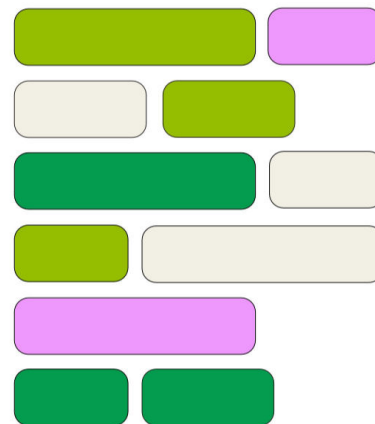
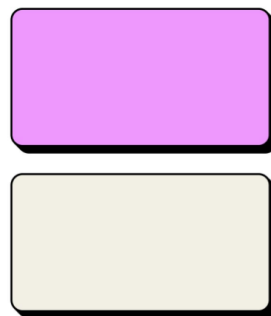
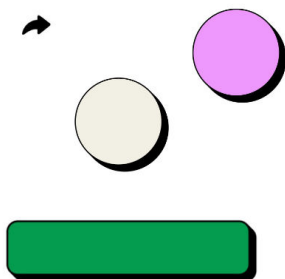
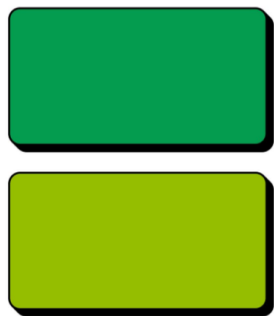
ab Slide 2



Instagram, Regular Post

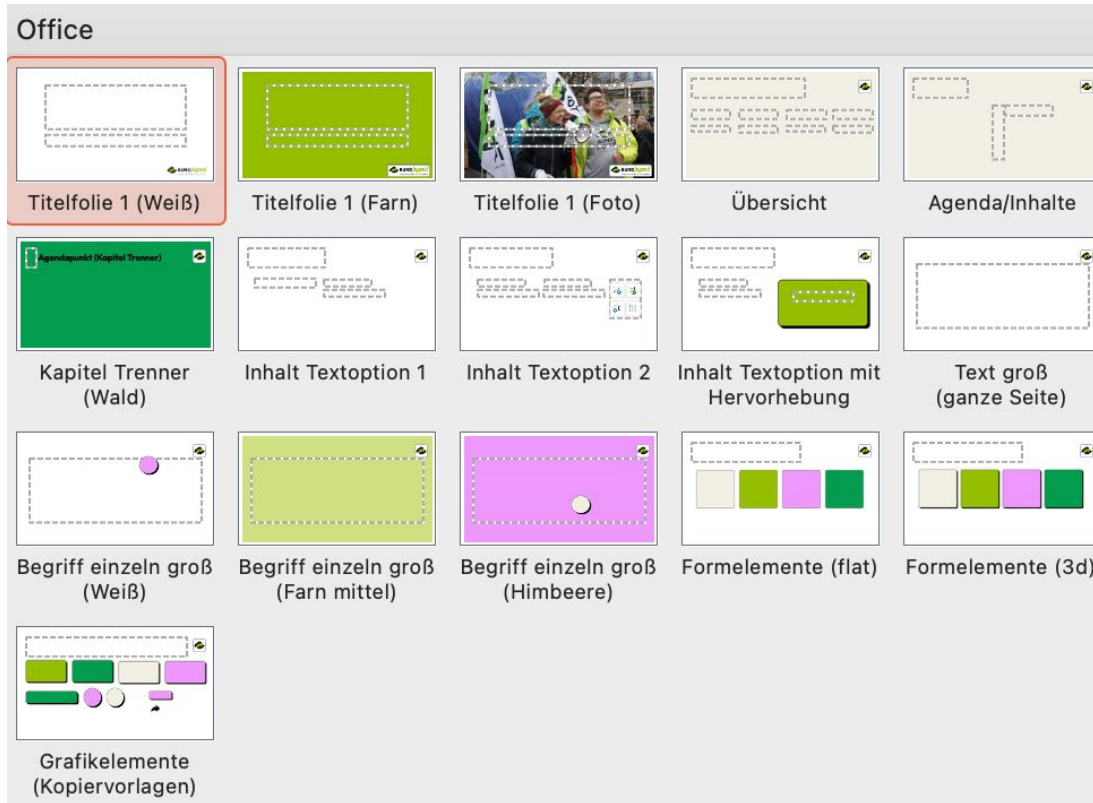
Die Gestaltung unserer regulären Instagram Posts, folgt einem einfachen Aufbauprinzip: Die in der 3d Textbox gewählte Farbe wird auf den Folgeseiten als Hintergrundfarbe weiter genutzt.

*Alle Elemente stehen zur eigenen Verwendung in
Affinity Designer bereit.*



6 Anwendungen / 6.6 Vorlagen für Präsentationen (PowerPoint)

Die editierbare Vorlage für Präsentationen steht als editierbare Vorlage in **Microsoft PowerPoint** zur eigenen Verwendung bereit.



Präsentationen (PowerPoint)

Um bestimmte Themen und Inhalte in einheitlichem Design zusammenhängend und übersichtlich zu veranschaulichen, steht eine editierbare Präsentationsvorlage für euch bereit.



7 Merch



Merch

Unser Logo, in den primären Darstellungsarten, ist immer als erste Wahl für Bekleidung und Merch zu sehen.

Gemäß unseres Selbstverständnisses, sollten nachhaltige Beschaffungs- und Produktionskriterien bei allen Produkten dringend berücksichtigt werden.

Ansprechpartner BUNDjugend:
Lea Fraider
lea.fraider@bundjugend.de

Ansprechpartner Agentur:
Lukas Weber
lukas@betternice.cool