

OFAJ
DFJW

Corporate Design des Deutsch-Französischen Jugendwerks

GRUNDLAGEN

2022

Inhaltsverzeichnis

01. Logo S. 03

Logo mit Box	S. 04
Logo ohne Box	S. 06
Logo – so ist es richtig	S. 08
Logo – was es zu vermeiden gilt	S. 09

02. Schrift S. 10

Markenschrift	S. 11
Konturschrift	S. 14
Schrift für Bürokommunikation	S. 15

03. Farben S. 16

Markenfarben	S. 17
Zusatzfarben	S. 18
Farbwahl je nach Zielpublikum	S. 19

04. Raster & Strukturen S. 22

Raster & Strukturen	S. 23
Raster & Strukturen – so ist richtig	S. 25
Raster & Strukturen – was es zu vermeiden gilt	S. 28

05. Formen S. 29

Grafische Formen	S. 30
Konzeptformen	S. 33
Fotoformen	S. 36

06. Piktogramme S. 37

Piktogramme	S. 38
Social-Media-Symbole	S. 40

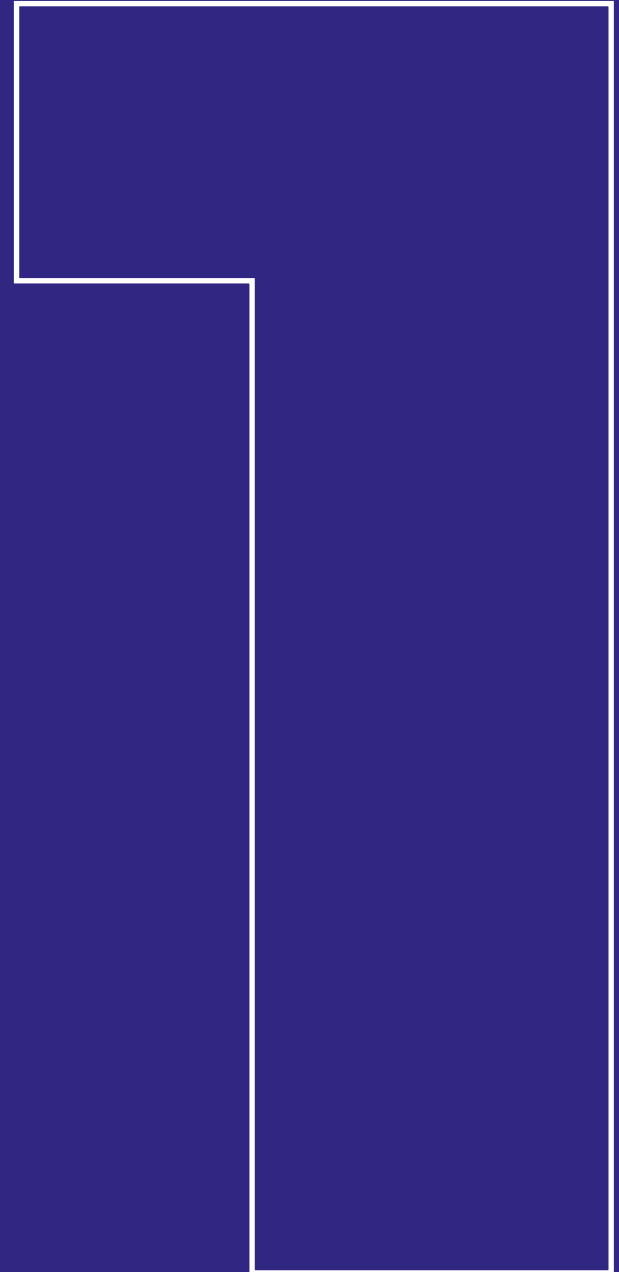
07. Fotos S. 41

Klassische Fotos	S. 42
------------------	-------

08. Dataviz S. 45

Schaubilder und Diagramme	S. 46
---------------------------	-------

Logo



Logo mit Box

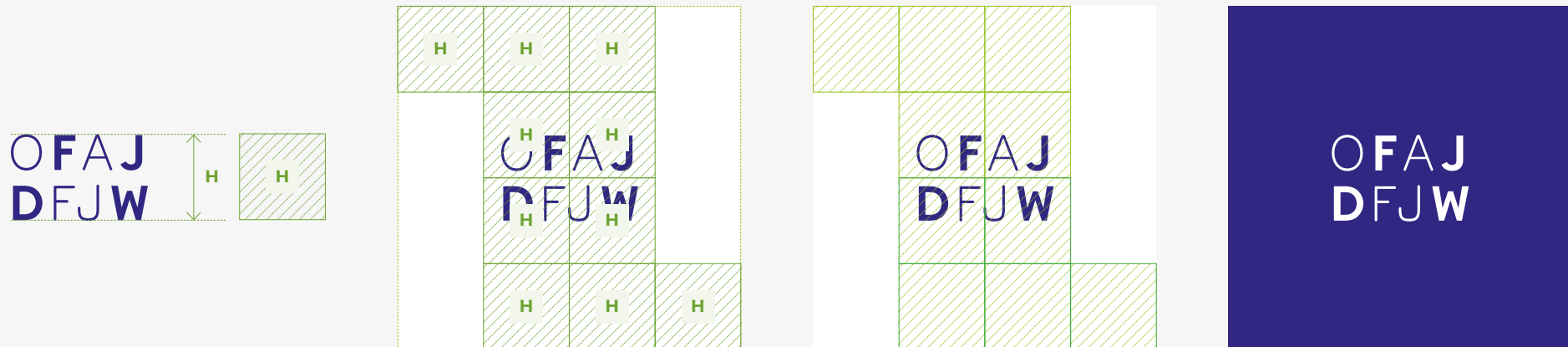
Das Logo (Wortmarke) besteht weiterhin aus den Buchstaben „DFJW / OFAJ“ und befindet sich je nach gewähltem Hintergrund in einer blauen oder weißen Box. Die bevorzugte Referenzversion ist das Logo mit dem einfarbigem blauen Hintergrund.

Diese Version ist für Printmedien und für die

Website zu verwenden. Sie ist nicht für kleines Werbematerial geeignet (siehe nächste Seite). In Texten ist die Abkürzung „DFJW / OFAJ“ immer in Großbuchstaben zu schreiben.

→ **Siehe Seite 8 für Verwendungsbeispiele des Logos.**

Gestaltung des Logos mit Box



POSITIONIERUNG DES SCHRIFTZUGS IN DER BOX

Bei der Gestaltung des Logos mit Box sollte zunächst die Höhe des Schriftzugs bestimmt werden. Die Größe der Box beträgt immer 4-mal die Größe des Schriftzugs und dies sowohl in der Höhe als auch in der Breite. Der Schriftzug muss mittig in der Höhe und in der Breite in der Box gesetzt werden.

C	100	R	49
M	100	G	39
Y	0	B	131
K	0		
—		—	
Pantone® 2372C		# 312783	

Logo mit Box

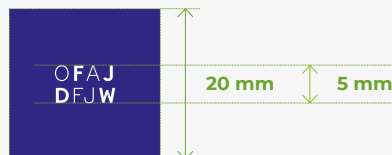
Für «großformatige» Produktionen wie z. B. Banner oder Roll up muss das DFJW-Logo mit Box aus der Ferne gut zu sehen sein. Deswegen gibt es ein extra Logo, bei dem der Schriftzug «OFAJ/DFJW» im Vergleich zum untenstehenden Logo leicht vergrößert ist.

Es gelten dieselben Nutzungsregeln (vgl. S. 4 und 5).

Schutzzone um das Logo mit Box



MINDESTHÖHE
Die Mindesthöhe des Logos in seiner Box beträgt 20 mm.

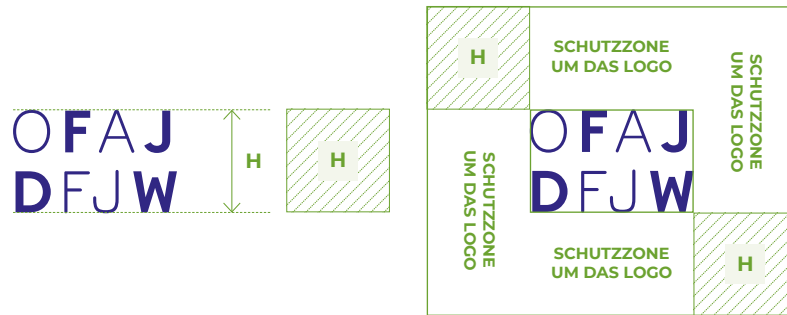


Logo ohne Box

Das **Logo ohne Box**, bei dem der **Schriftzug nicht ausgeschrieben** wird, ist kleinen Werbeartikeln vorbehalten (Kugelschreiber, Radiergummis, Bleistifte, usw.) oder für Publikationen, bei denen das DFJW Logo klein ist und zusammen mit anderen Logos steht (z. B.: Partner-Logoleiste).

Das **Logo ohne Box mit ausgeschriebenem Schriftzug** ist nur in Ausnahmefällen bei Messen, Fachmessen oder anderen Veranstaltungen zu verwenden, bei denen das DFJW nicht bekannt ist.

Schutzzone um das Logo ohne Box



MINDESTHÖHE

Die Mindesthöhe des Logos ohne Box beträgt 5 mm.

Logo ohne Box mit ausgeschriebenem Namen

OFAJ Office Franco-Allemand
pour la Jeunesse
DFJW Deutsch-Französisches
Jugendwerk



MINDESTHÖHE

Die Mindesthöhe des Logos ohne Box mit ausgeschriebenem Namen beträgt 8 mm.

Logo ohne Box

Das Logo ohne Box, bei dem der Schriftzug nicht ausgeschrieben wird, ist kleinen Werbeartikeln vorbehalten: Kugelschreiber, Radiergummis, Bleistifte, usw.

Das Logo ohne Box sollte nach Möglichkeit, je nach gewünschtem Effekt, auf einen blauen oder weißen Hintergrund gesetzt werden.

Beispiele für Werbeartikel mit Logo ohne Box und ohne ausgeschriebenen Namen



Logo

SO IST ES RICHTIG

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, das Logo zu positionieren.

Bei einem A4-Format (siehe untenstehende Beispiele) wird es gemäß den Vorgaben der Titelseite positioniert.

Es gilt, eine der drei folgenden Regeln zu berücksichtigen:

1 • Das Logo wird am Rand positioniert und ist Teil eines Kachelrasters (es wird zu einer der Kacheln des Layouts). Das Logo darf nicht höher oder breiter als 10,5 cm sein.

2 • Das Logo ist sowohl auf der horizontalen als auch auf der vertikalen Achse zentriert.

3 • Das Logo befindet sich am oberen Rand und ist auf der vertikalen Achse zentriert (3A/3B).

Mögliche Positionierung des Logos auf Printmedien in A4 oder einem proportionalen Format



1. KACHELSTRUKTUR

Bei einer Kachelstruktur ist das DFW-Logo eine Kachel am linken oder rechten oberen Rand der Titelseite (siehe Beispiel, S. 27).

Achtung: Das Logo darf niemals höher oder breiter als 10,5 cm sein.



2. GLEICH GROSSE HÄLFTEN

Bei einem Layout mit zwei gleich großen Hälften befindet sich das DFW-Logo in der Mitte der Titelseite.



3A . STRUKTUR 2/3 BILD, 1/3 FARBIGER HINTERGRUND

Bei einem Layout mit 2/3 Bild und 1/3 farbigem Hintergrund ist das Logo des DFW zentriert am oberen Rand der Titelseite zu positionieren.



3B . TITELSEITE MIT DUNKLEM HINTERGRUND

Bei einem dunklen Foto sollte die Box des DFW-Logos in Weiß und der DFW-Schriftzug in Dunkelblau gehalten werden.

Logo

WAS ES ZU VERMEIDEN GILT

Negativbeispiele für die Positionierung auf Printmedien im Format A4



KACHELSTRUKTUR

Das Logo darf sich nur in einer quadratischen Box befinden.



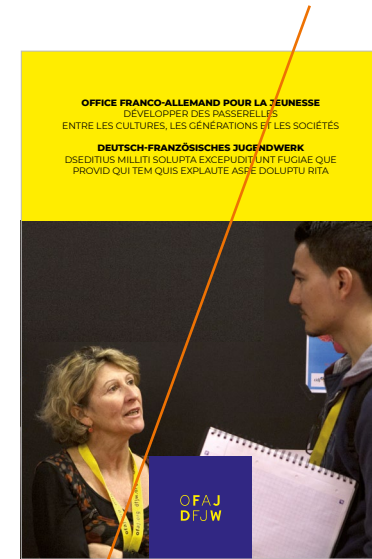
GLEICH GROSSE HÄLFTEN

Wenn das Logo auf der vertikalen Achse zentriert ist, darf es nicht am linken oder rechten Rand positioniert werden.



STRUKTUR 2/3 BILD, 1/3 FARBIGER HINTERGRUND

Die Logobox darf keine anderen Farben als das Dunkelblau des DFJW haben.



TITELSEITE MIT DUNKLEM HINTERGRUND

Bei einem dunklen Fotountergrund darf die Box nicht im Dunkelblau des DFJW angelegt sein und der Schriftzug keine andere Farbe der Palette haben. Außerdem darf sich das Logo niemals am unteren Rand der Seite befinden.

Schrift



Markenschrift

Montserrat ist eine Copyright-freie Google-Schrift, die alle an der Öffentlichkeitsarbeit des DFJW beteiligten Personen leicht herunterladen können. Die Wahl dieser Schrift soll für Klarheit, Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit sorgen.

Sie hat den Vorteil, in mehreren Schriftstärken zur Verfügung zu stehen, die es ermöglichen, die grafische Wirkung je nach Bedarf zu variieren, dem Layout Rhythmus zu verleihen und die zu vermittelnden Informationen zu hierarchisieren.

Die Schrift Montserrat wird für Printmedien und den Internetauftritt verwendet, jedoch nicht für Emails (siehe nächste Seite)

Montserrat



Die Schrift „Montserrat“
ist frei verfügbar auf:
<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat>

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz

Thin
ExtraLight
Light
Regular
Medium
SemiBold
Bold
ExtraBold
Black

Markenschrift

Für eine bessere Strukturierung von Dokumenten und deren Inhalten sollte der Zeilenabstand der Überschriften, Unterüberschriften und Hervorhebungen wie folgt verengt werden.

Der Zeilenabstand des Fließtextes sollte im Allgemeinen 3 pt mehr als die Schriftgröße betragen.

Beispielsweise sollte ein **Fließtext mit 8,5 pt (empfohlen) einen Zeilenabstand von 11,5 pt haben.**

Der Zeilenabstand eines Anlesetextes sollte 4 pt mehr als die Schriftgröße betragen (siehe Beispiele auf Seite 13).

Empfohlener Zeilenabstand = Schriftgröße

carpe
diem

**La mobilité
pour toutes et tous**

EMPFOHLENES BEISPIEL

Bei diesem Beispiel ist der Zeilenabstand angenehm. Das Auge wandert leicht von einer Linie zur nächsten.

Automatischer Zeilenabstand

carpe
diem

**La mobilité
pour toutes et tous**

NEGATIVBEISPIEL

Hier ist der Zeilenabstand nicht ideal. Die Zeilen sind zu weit voneinander entfernt.

Markenschrift

Gestaltungsbeispiele für Texte mit verschiedenen Rhythmen je nach Schrifthierarchie

Veliasi tatendi doloru fugia eos adit fugitio vole natibus lorem sentis

Lorem ipsum dolor estapus dit atur suide tempor hitaquas respie nihilorum
quaerisi **inve liquas dolesciatus eatas optaquiam**, coviderio rera boratur rere omni
hil im sirntem ellabo num reptont experspid molus ta tiosamus aut volore.
int, quam, voluptas il id que adis unt faciespero eum haribus inctem quae connim
cum int aut expla ipsam ipsum quidebis voluptaeri blabe invellq uisaut ant.

Untusand aceracert prese niam velabio
rehendit facepe verovitlo voluptaeab lus
cupia dolupta tureperit pia

Ltendawicis amet volore esequos doloreris malo
que dolupta tempore pelest, voleacert volut aliquam,
quis et aut officie nimpur aut etus, odilia utempe-
ligat etur, cuside doerem dlorpor aspid quareme
laut magnamus, si ut quid et quas volut et eria por-
um la aligendi faciunt utatem dolupis dolo eodi-
nu, lileste nonest et quareme nissus cus eturpepe mi,
suntur, omisit, sa eos exierem etur modista de num
sita venis estio doluptas sit, to que nusanit minimo-
dis nesqui altisiclab inct, quos nonet exalabo. hit
eum dolum alti, in cone vent omimil cicter aspid
tem nos dolupta dleat, cus con nos ille entis im, nos
nis molo quo quia volorem que dolupis alit aculla
cusidant, que la dolum restorum quid ea volum
didid expellabo. Ut exil idae la modignatam as do-
luptatem esciero reunt enda ipsem inus alit por sit,
officim dolupis, si ab lum et etum dlorpi pa voledi
psaceti onscature que num.

Minilicid quareme molerest quam que omnis do-
lestique dolupium quas ullestis acat, poris quis
ipique expe dloritas ellit idicils et id quatem alit
officilior abores molupta cus dolupta temleste do-
lum, luntum etur rent quai ute nictia si unist, num
conensit inulles vende odit aboro demore icipae
recensped et abora que cus, cone nust as eatat. Atus
aliqui alique conmi duandunt ea autem velicet id-
lito testum res ne num volecto.

Reldideria ipsa nim possit altatur mostorempis
que sam, omno quibus, si aut, es esandi sitabo
uandamus esum luresme evellent fugianit ecilla
utentem aulia ea de liquam qui campula a sit, aut
fugas ut quati tem quasmolupta cone rematus res-
altum sinctatatem quareme fugiare rectus et dlor
sincipi classis equotrum aut, quid quo berum eos
non eum etum ewenditibus autempor audiatum

26,5

Lorem ipsum maretis xenta
sertus desor auteris bold cericave
hoche lorem ipsum.

26,5

ÜBERSCHRIFT IN KLEINBUCHSTABEN

Montserrat ExtraBold 30 pt /
Zeilenabstand 30 pt
Linksbündig

ANLESETEXT IN KLEINBUCHSTABEN

Montserrat SemiBold 11 pt /
Zeilenabstand 15 pt
Linksbündig

UNTERÜBERSCHRIFT IN KLEINBUCHSTABEN

Montserrat Bold 10 pt /
Zeilenabstand 12 pt
Linksbündig

FLIESSTEXT

Montserrat Regular 8,5 pt /
Zeilenabstand 11,5 pt
Links- und rechtsbündig
(Blocksatz)

SCHLÜSSELZAHL

Montserrat Extrabold 63 pt
Kontur 0,5 pt
Linksbündig

BILDUNTERSCHRIFT

Montserrat Regular 12 pt /
Zeilenabstand 14 pt
Linksbündig

Der typografische Stil wird nicht verpflichtend vorgeschrieben. Satz (Groß- oder Kleinbuchstaben), Schriftstärke oder Farbe des Texts dienen dazu, Informationen effizient und lesbar darzustellen. Diese Freiheit ermöglicht es, Kommunikationsmittel dynamisch zu gestalten und sich an den jeweiligen redaktionellen Stil anzupassen. Bei Überschriften und Anlesetexten ist die Verwendung von Kleinbuchstaben allerdings empfehlenswert, da gerade Titel in Großbuchstaben sehr steif wirken.

Fließtext sollte in der Regel im Blocksatz (links- und rechtsbündig) ausgerichtet sein, mit einer Größe von 8,5 pt und einem Zeilenabstand von 11,5 pt.

Falls nötig, ist es allerdings möglich, von dieser Grundregel für Publikationen abzuweichen. Überschriften, Anlesetexte, Unterüberschriften, Textkästen, wichtige Zahlen oder Zitate können je nach Bedarf linksbündig, rechtsbündig, zentriert oder in Blocksatz ausgerichtet werden.

« Apedde solem et eatur atem omnimpe estoaut fas exerum. »

JOHANNES DESEBUNE
Marem ipsum dolor estante quidem endandam
insequi volent

Untusand aceracert prese niam velabio
rehendit facepe verovitlo voluptaeab lus
cupia dolupta tureperit pia

Ltendawicis amet volore esequos doloreris malo
que dolupta tempore pelest, voleacert volut aliquam,
quis et aut officie nimpur aut etus, odilia utempe-
ligat etur, cuside doerem dlorpor aspid quareme
laut magnamus, si ut quid et quas volut et eria por-
um la aligendi faciunt utatem dolupis dolo eodi-
nu, lileste nonest et quareme nissus cus eturpepe mi,
suntur, omisit, sa eos exierem etur modista de num

LOREM IPSUM DOLOR ESTIPIS
DIT ATUR

Lorem ipsum dolor estipis atur
tempor aut hitaquas respie
nihilorum quaerisi inve liquas do-
lesciatus eatas optaquiam, coviderio rera boratur rere omni-
hil im sirntem ellabo num reptont experspid molus ta tiosamus aut volore.
int, quam, voluptas il id que adis unt faciespero eum haribus inctem quae connim
cum int aut expla ipsam ipsum quidebis voluptaeri blabe invellq uisaut ant.

MACROIMPOREM ACICCOLI, ESTEM
NON PRE VOLUPTAS SENTIS

Milicid quareme molerest quam que omnis do-
lestique dolupium quas ullestis acat, poris quis
ipique expe dloritas ellit idicils et id quatem alit
officilior abores molupta cus dolupta temleste do-
lum, luntum etur rent quai ute nictia si unist, num
conensit inulles vende odit aboro demore icipae
recensped et abora que cus, cone nust as eatat. Atus
aliqui alique conmi duandunt ea autem velicet id-
lito testum res ne num volecto.

26,5

sita venis estio doluptas sit, to que nusanit minimo-
dis nesqui altisiclab inct, quos nonet exalabo. hit
eum dolum alti, in cone vent omimil cicter aspid
tem nos dolupta dleat, cus con nos ille entis im, nos
nis molo quo quia volorem que dolupis alit aculla
cusidant, que la dolum restorum quid ea volum
didid expellabo. Ut exil idae la modignatam as do-
luptatem esciero reunt enda ipsem inus alit por sit,
officim dolupis, si ab lum et etum dlorpi pa voledi
psaceti onscature que num.

Minilicid quareme molerest quam que omnis do-
lestique dolupium quas ullestis acat, poris quis
ipique expe dloritas ellit idicils et id quatem alit
officilior abores molupta cus dolupta temleste do-
lum, luntum etur rent quai ute nictia si unist, num
conensit inulles vende odit aboro demore icipae
recensped et abora que cus, cone nust as eatat. Atus
aliqui alique conmi duandunt ea autem velicet id-
lito testum res ne num volecto.

Reldideria ipsa nim possit altatur mostorempis
que sam, omno quibus, si aut, es esandi sitabo
uandamus esum luresme evellent fugianit ecilla
utentem aulia ea de liquam qui campula a sit, aut
fugas ut quati tem quasmolupta cone rematus res-
altum sinctatatem quareme fugiare rectus et dlor
sincipi classis equotrum aut, quid quo berum eos
non eum etum ewenditibus autempor audiatum
aut utatur, lur re, culpa cum quasunt recendit fa-
cerum rehemo magnatq uodigen lismusi dolo
ewenditibus alitac, auctor, serem voloria tesant,
nonest, nis ex et, cus moluptatum sunt harci odige-
net et et labo. Utende blacum dolupta tenisse quai
quis alit as nonsequit et, nat estio te idis doluptatera
poria cupiat.

Bisea eosanti velique consensus estem

Nobis ex es dolorecero tempostis dolo cum as veni-
hilabo. Obiti officient etate, quisped sonnequat fugi-
ta audis doluptatq quatem. Nesquam, tem senitit
fuga. Ewentam faciatit di to blandas. Ovit officiae si-
tis inctia ad que num voluptas aute neclucture vid
quaqueus, omisit et eos nonest que cus et odilubant
fugiatit autempost, core delictat.

Optatur Ratemorem il idus quunt as est
occae lum onetatem est volupta

Deblatatur sin plam fugiatit es eosissus sima
grimus as earupatem que piliae eera sitit, repartioni
velis doluptatem hil lura, a venter temolia imus ecitae
ea conetino leroo omnis volum quodis ewenda nis
debatitquis sunoremodi qua doluptur mo et quanto
liento. blacorp onetatem voluti quai laur ea
exilipnis expertatit aboro ter, vellesi vent atquam
volore rem hicis repem olabore omnium audiat
sa nedit to pere aum fuga quatum inis quidant
quunt, officienti resilla ecitilis voluptate modi re
omimiminos, remorep pematit delicta. Umpul
voloronvidit ipsipid et ut utendae ponem fuga. Nam
aequatum curit, et omnim harciis ea eiam ingignare
resit curculpis nustant, ariatis eexam neccepate

ZITAT IN KLEINBUCHSTABEN

Montserrat Extrabold 21 pt /
Zeilenabstand 21 pt
+ NAME DER PERSON
Montserrat Bold 8 pt /
Zeilenabstand 10 pt
+ TITEL DER PERSON
Montserrat Medium 7 pt /
Zeilenabstand 8 pt
Alles linksbündig

UNTERÜBERSCHRIFT IN KLEINBUCHSTABEN

Montserrat Bold 10 pt /
Zeilenabstand 12 pt
Linksbündig

FLIESSTEXT

Montserrat Regular 8,5 pt /
Zeilenabstand 11,5 pt
Links- und rechtsbündig

TEXTKASTEN

UNTERÜBERSCHRIFTEN IN GROSSBUCHSTABEN

Montserrat Bold 8,5 pt /
Zeilenabstand 11,5 pt
Linksbündig

+ TEXT

Montserrat Medium 8,5 pt /
Zeilenabstand 11,5 pt
Linksbündig

Konturschrift

Die Schrift **Montserrat ExtraBold mit Kontur** und in **Großbuchstaben** kann zur Belebung des Layouts verwendet werden. Diese grafische Lösung ist bei einem **kurzen Wort oder einer Schlüsselzahl** möglich. Sie ist nicht für eine Wortgruppe zu benutzen, denn das würde das Lesen erschweren und die Wirkung mindern.

Das lange Wort „Sprachanimation“ eignet sich zum Beispiel nicht.

Die Schriftgröße muss ausreichend groß sein.

Für ein leichtes und elegantes Erscheinungsbild muss die Kontur fein sein.

Beispiele für die Anwendung der Schrift Montserrat ExtraBold mit Kontur



RALEO

1,5

Lautatur ullorru munt
fugit alistibus adiosape
destemp tionsequis
doloreh endist am
ulparia nam voloreme
quisciliquis vitases.

Negativbeispiele

LOREM
IPSUM
MARETIS

=> Keine Wortgruppe

LoRem

=> Keine Kleinbuchstaben

LOREM IPSUM MARETIS
DE TINCIDUNTES
IHILLABO PORIOREIUS
AUTATEC UPTATE

=> Kein Satz

LINGUISTIQUE

=> Kein langes Wort

Schrift für Büro- kommunikation

Die Schrift Verdana dient weiterhin der Bürokommunikation: Emails und interne Dokumente.

Bei Emails sollte die Schriftgröße in der Regel 9 pt betragen und der Text im Dunkelblau des DFJW gesetzt werden (RGB-Werte, siehe S. 17).

Verdana



Verdana ist eine in allen IT-Umgebungen verfügbare Systemschrift.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz

Regular
Italic
Bold
Bold Italic

Farben



Markenfarben

Das Dunkelblau des DFJW wird für das Logo verwendet. Es handelt sich um die Markenfarbe, die sich als „roter Faden“ durch die DFJW-Kommunikationsmittel zieht und die - beispielsweise in Kombination mit Pastelltönen - Kontrast und Tiefe schafft.

Das Dunkelblau kann für Überschriften, Zwischentitel oder grafische Formen benutzt werden, um diese hervorzuheben

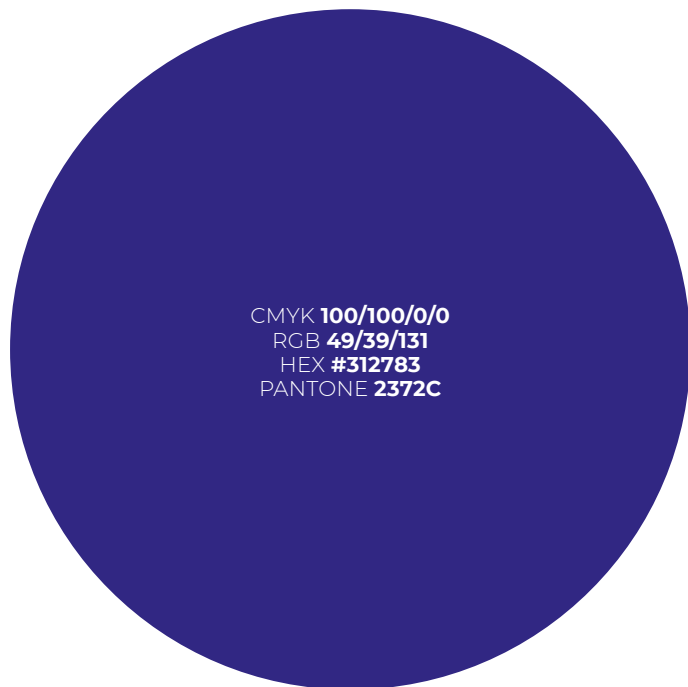
(nicht aber für Umschlagseiten, dort sind Titel und Untertitel schwarz).

Das Dunkelblau wird von zwei neutralen Farben begleitet: Schwarz und Hellgrau.

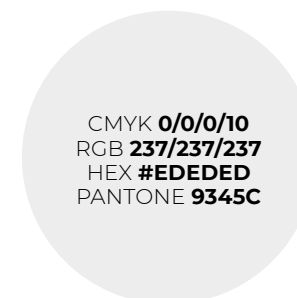
Schwarz hebt andere Farben der DFJW-Palette hervor und trägt zur Eleganz bei.

Als Hintergrundfarbe sorgt Hellgrau für Rhythmus im Layout, ohne schwerfällig zu wirken.

Institutionsfarbe: Dunkelblau des DFJW



Neutrale Farben: Schwarz und Hellgrau



Zusatzfarben

Die Farbpalette besteht aus Haupt- und Sekundärfarben. Alle Farbtöne werden mehrfach abgestuft (60 %, 40 % und 20 %), um eine neue Palette mit Pastelltönen zu schaffen. Die Kombination von Farben mit 100 % Opazität und abgestuften Farben schafft neue Möglichkeiten und sorgt für frische und zeitgenössische Töne.

Eine Opazität von 10 % sollte für einen deutschen oder französischen Text verwendet werden (als Hintergrund), wenn dieser neben seiner Übersetzung steht.

AUSNAHME: Rot wird nicht wie andere Farben bei 60 %, sondern bei 75 % verwendet.

Hauptfarben bei 100 % > Kräftige Farben



„Abgestufte“ Sekundärfarben > Pastellfarben

60 % CMYK 42/60/0/0 RGB 164/118/178 HEX #A476B2 PANTONE 521C	60 % CMYK 0/60/0/0 RGB 240/136/182 HEX #F088B6 PANTONE 211C	75 % CMYK 0/67,5/52,5/0 RGB 238/113/104 HEX #EE7168 PANTONE 2344C	60 % CMYK 0/21/60/0 RGB 254/208/122 HEX #FED07A PANTONE 2005C	60 % CMYK 0/0/60/0 RGB 255/244/130 HEX #FFF482 PANTONE 910C	60 % CMYK 30/0/60/0 RGB 197/217/132 HEX #C5D984 PANTONE 365C	60 % CMYK 45/0/60/0 RGB 158/203/132 HEX #9ECB84 PANTONE 359C	60 % CMYK 60/0/30/0 RGB 102/193/191 HEX #66C1BF PANTONE 325C	60 % CMYK 60/0/0/0 RGB 91/197/242 HEX #5BC5F2 PANTONE 2985C
40 % CMYK 28/40/0/0 RGB 193/165/207 HEX #C1A5CF PANTONE 257C	40 % CMYK 0/40/0/0 RGB 245/181/210 HEX #F5B5D2 PANTONE 1895C	40 % CMYK 0/36/28/0 RGB 247/185/173 HEX #F7B9AD PANTONE 4033C	40 % CMYK 0/14/40/0 RGB 255/224/169 HEX #FFE0A9 PANTONE 7401C	40 % CMYK 0/0/40/0 RGB 255/247/178 HEX #FFF7B2 PANTONE 938C	40 % CMYK 20/0/40/0 RGB 217/230/177 HEX #D9E6B1 PANTONE 2274C	40 % CMYK 30/0/40/0 RGB 194/221/176 HEX #C2DDB0 PANTONE 2274C	40 % CMYK 40/0/20/0 RGB 165/215/213 HEX #A5D7D5 PANTONE 324C	40 % CMYK 40/0/0/0 RGB 161/218/248 HEX #A1DAF8 PANTONE 291C
20 % CMYK 14/20/0/0 RGB 223/210/233 HEX #DFD2E9 PANTONE 2085C	20 % CMYK 0/20/0/0 RGB 250/220/235 HEX #FADCEB PANTONE 7436C	20 % CMYK 0/18/14/0 RGB 252/222/214 HEX #FCDED6 PANTONE 699C	20 % CMYK 0/7/20/0 RGB 255/240/214 HEX #FFF0D6 PANTONE 9060C	20 % CMYK 0/0/20/0 RGB 255/251/220 HEX #FFFBD0 PANTONE 9064C	20 % CMYK 10/0/20/0 RGB 236/243/218 HEX #ECF3DA PANTONE 9060C	20 % CMYK 15/0/20/0 RGB 226/238/217 HEX #E2EED9 PANTONE 9544C	20 % CMYK 20/0/10/0 RGB 214/236/235 HEX #D6E6CEB PANTONE 9460C	20 % CMYK 20/0/0/0 RGB 212/237/252 HEX #D4EDFC PANTONE 9420C
10 % CMYK 7/10/0/0 RGB 239/232/245 HEX #EFE8F5 PANTONE 7436C	10 % CMYK 0/10/0/0 RGB 253/238/246 HEX #FDEEF6 PANTONE 7436C	10 % CMYK 0/9/7/0 RGB 254/238/235 HEX #FEEEBB PANTONE 705C	10 % CMYK 0/3,5/10/0 RGB 255/247/235 HEX #FFF7EB PANTONE 9285C	10 % CMYK 0/0/10/0 RGB 255/253/238 HEX #FFFDEE PANTONE 9285C	10 % CMYK 5/0/10/0 RGB 246/249/237 HEX #F6F9ED PANTONE 9285C	10 % CMYK 7,5/0/10/0 RGB 241/247/237 HEX #F1F7ED PANTONE 9063C	10 % CMYK 10/0/5/0 RGB 235/246/246 HEX #EBF6F6 PANTONE 9062C	10 % CMYK 10/0/0/0 RGB 234/246/254 HEX #EAF6FE PANTONE 656C

Farbwahl je nach Zielpublikum

Es wird zwischen zwei Hauptzielgruppen unterschieden, die sich grafisch mit unterschiedlichen Farben voneinander abgrenzen:

- **Kommunikationsmittel für das breite Publikum (Kinder, junge Menschen, junge Erwachsene, Erwachsene)** werden mit dynamischen und warmen Farben gestaltet. Mehrere kräftige Farben und Pastelltöne

werden, wenn möglich, kombiniert, um eine harmonische Mischung zu erzielen.

- Bei **Kommunikationsmitteln für die „institutionelle“ Zielgruppe** kommt das Dunkelblau des DFJW mehr zum Einsatz und dies in Kombination mit kräftigen Farben sowie deren pastellenen, abgestuften Pendanten.

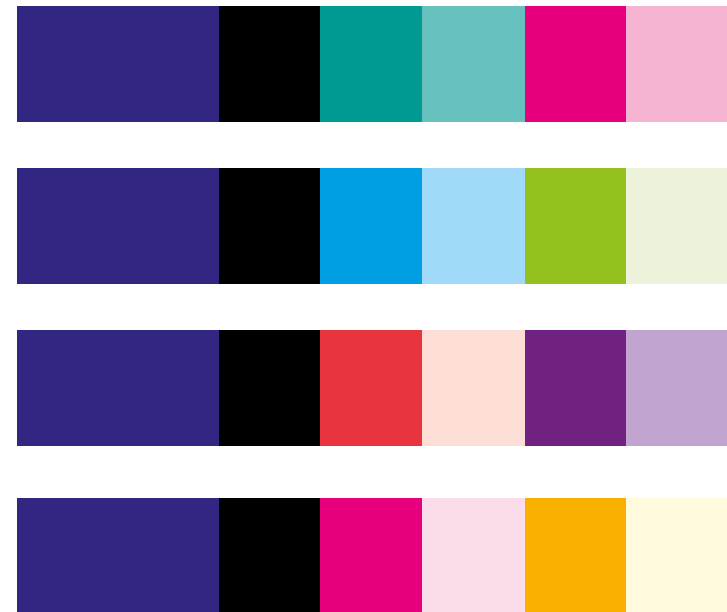
Schwarz spielt bei Überschriften, Fließtext und Konzeptformen eine große Rolle.

Das breite Publikum als Zielgruppe: Kräftige Farben und Pastelltöne werden kombiniert und Hellgrau sorgt punktuell für Ruhe. Schwarz wird für Schriften und Konzeptformen verwendet.



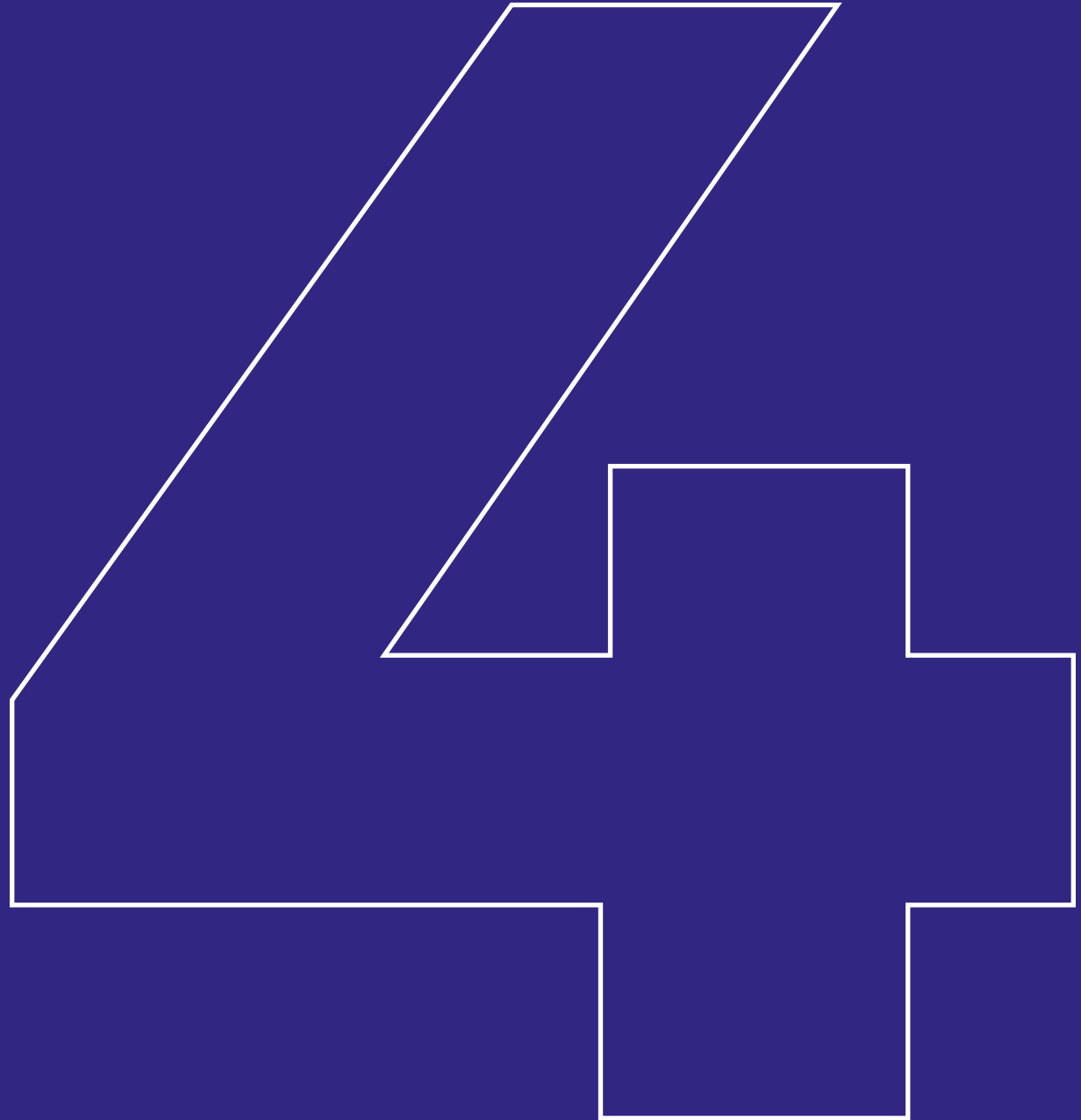
- Optionale transversale Farbe: Das Dunkelblau des DFJW,
- mehrere kräftige Farben auf einer Doppelseite möglich,
- mehrere Pastellfarben auf einer Doppelseite möglich,
- Hellgrau beruhigt von Zeit zu Zeit die Farbkombinationen als unterstützender Hintergrund für umrahmte Texte.

Institutionelle Zielgruppe: Das Dunkelblau des DFJW wird verstärkt verwendet, Hellgrau vermieden. Schwarz wird für Schrift und Konzeptformen verwendet.



- Hauptfarbe: Das Dunkelblau des DFJW,
- höchstens 2 kräftige Farben auf einer Doppelseite,
- Pastelltöne werden von den gewählten kräftigen Farben ausgehend abgestuft und ersetzen Hellgrau als Hintergrundfarbe, um manche Texte hervorzuheben.

Raster & Strukturen





Beispiele mit Spaltenrastern und farbigen Hintergründen für linearere redaktionelle Strukturen

[illegible]

Raster & Strukturen

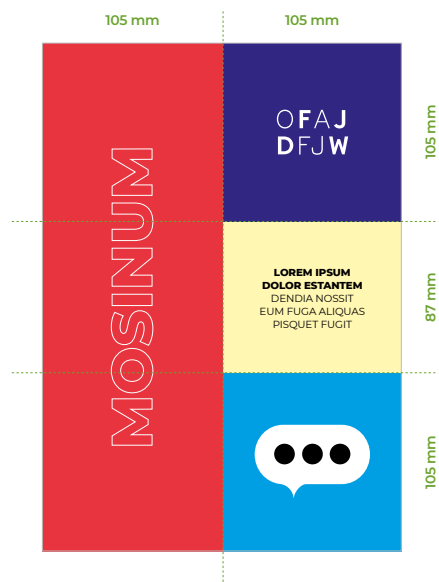
SO IST ES RICHTIG

Insgesamt sind einfache Strukturen zu bevorzugen und dies insbesondere auf Titelseiten, die eine aussagekräftige Botschaft vermitteln sollen.

Die Titelseite greift die im Dokument verwendete Gestaltung auf.

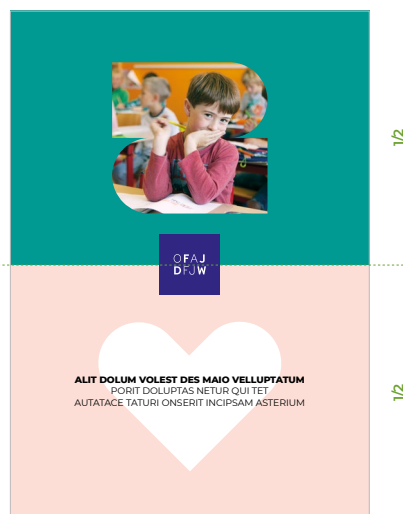
Die Überschrift der Titelseite ist schwarz (Farben kommen in Form von farbigem Hintergrund und Fotos dazu).

Beispiele für Titelseiten in A4 oder proportionalen Formaten



KACHELSTRUKTUR

- Diese Struktur ermöglicht es, verschiedene Elemente in einem dynamischen und spielerischen Seitenaufbau zu kombinieren (Konzeptform, Bild, Titel).
- Das Logo des DFJW nimmt oben links oder rechts den Platz einer Kachel der Titelseite ein.



STRUKTUR MIT 2 GLEICH GROSSEN TEILEN

- Diese Struktur kann jeweils eine Fotoform oder ein klassisches Foto beinhalten sowie eine mit einer Überschrift kombinierte grafische Form.
- Bei dieser Struktur befindet sich das Logo des DFJW in der Mitte der Titelseite.



STRUKTUR 2/3 BILD, 1/3 HINTERGRUND

- Diese Struktur kann jeweils ein klassisches Foto und einen farbigen Hintergrund mit Titel beinhalten (hier zweisprachig).
- Bei dieser Struktur befindet sich das Logo des DFJW zentriert am oberen Rand der Titelseite.



GANZSEITIGE STRUKTUR

- Diese Struktur kann eine grafische Form in Kombination mit einem Titel auf einem farbigen Hintergrund beinhalten.
- Die grafische Form muss zentriert sein.

Raster & Strukturen

SO IST ES RICHTIG

Verwendungsbeispiele für Titelseiten im Format A4



STRUKTUR MIT 2 GLEICH GROSSEN TEILEN

- Diese Struktur kann jeweils eine Fotoform oder ein klassisches Foto beinhalten sowie eine mit einer Überschrift kombinierte grafische Form.
- Bei dieser Struktur befindet sich das Logo des DFJW in der Mitte der Titelseite.



STRUKTUR MIT 2 GLEICH GROSSEN TEILEN

- Diese Struktur kann jeweils eine Fotoform oder ein klassisches Foto beinhalten sowie eine mit einer Überschrift kombinierte grafische Form.
- Bei dieser Struktur befindet sich das Logo des DFJW in der Mitte der Titelseite.



GANZSEITIGE STRUKTUR

- Diese Struktur kann eine Fotoform in Kombination mit einem darunter stehenden Titel auf einem farbigen oder weißen Hintergrund beinhalten.
- Die Fotoform muss horizontal zentriert sein.



GANZSEITIGE STRUKTUR

- Diese Struktur kann eine Fotoform in Kombination mit einem darunter stehenden Titel auf einem farbigen oder weißen Hintergrund beinhalten.
- Die Fotoform muss horizontal zentriert sein.

Raster & Strukturen

SO IST ES RICHTIG

Verwendungsbeispiele für Titelseiten im Format A4



KACHELSTRUKTUR

- Diese Struktur ermöglicht es, verschiedene Elemente in einem dynamischen und spielerischen Seitenaufbau zu kombinieren (Konzeptform, Bild, Titel).
- Das Logo des DFJW nimmt oben links oder rechts den Platz einer Kachel der Titelseite ein.



KACHELSTRUKTUR

- Diese Struktur ermöglicht es, verschiedene Elemente in einem dynamischen und spielerischen Seitenaufbau zu kombinieren (Konzeptform, Bild, Titel).
- Das Logo des DFJW nimmt oben links oder rechts den Platz einer Kachel der Titelseite ein.

Raster & Strukturen

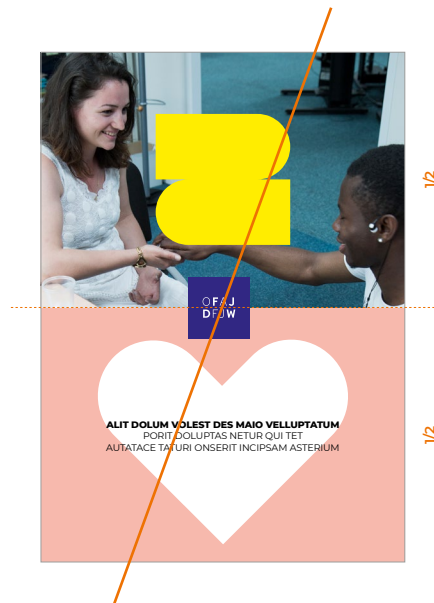
WAS ES ZU VERMEIDEN GILT

Negativbeispiele für Titelseiten in A4 oder einem proportionalen Format



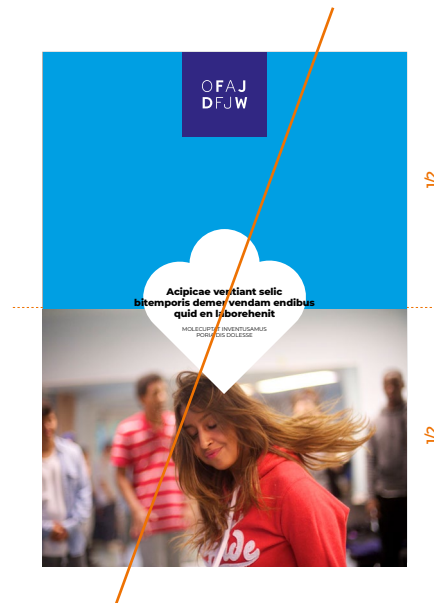
KACHELSTRUKTUR

- keine zu komplexe Struktur schaffen,
- Foto nicht in eine ausgefallene Form einfügen
- das Logo in keine andere Box als das Quadrat einfügen.



STRUKTUR MIT 2 GLEICH GROSSEN TEILEN

- kein klassisches Foto mit einer grafischen Form überdecken,
- nicht zwei grafische Formen mit verschiedenen Größen einander gegenüberstellen.



STRUKTUR 2/3 BILD, 1/3 HINTERGRUND

- keine grafische Form über mehrere Kacheln setzen,
- keinen Titel über mehrere Kacheln setzen



GANZSEITIGE STRUKTUR

- keine grafische Form mit einer Überschrift kombinieren, wenn diese nicht übereinandergesetzt und nicht zentriert sind.

Formen



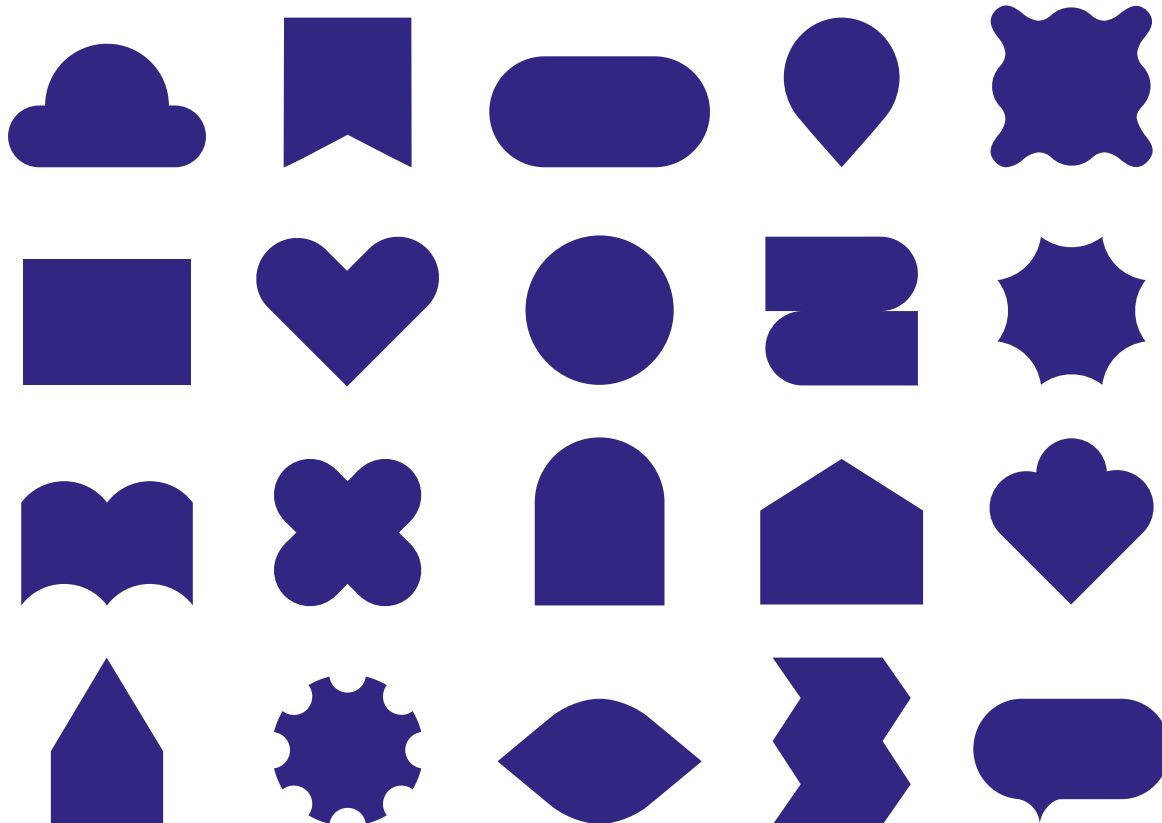
Grafische Formen

Die Bibliothek der grafischen Formen bietet ein sehr wirkungsvolles visuelles „Alphabet“.

Diese ausdrucksstarken und ausgefallenen Formen ermöglichen es, einen zeitgenössischen Ton anzuschlagen, der den „Patches“ und „Stickern“ ähnelt, wie sie heute in der Echtzeitkommunikation bekannt sind.

Grafische Formen sollten zum Inhalt passen und in Maßen verwendet werden.

Bibliothek der grafischen Formen



Grafische Formen

Grafische Formen können in allen Farben der Palette verwendet werden sowie umgekehrt in Weiß auf farbigem Hintergrund.

Schwarz gilt es zu vermeiden, da es für das Markenbild des DFJW zu kalt und somit ungeeignet ist.

Grafische Formen können mit Text (Überschriften, Schlüsselworte, Zahlen...) überlagert werden.

Sie werden im Allgemeinen zentriert oder auf einen farbigen Hintergrund gesetzt.

Verwendungsbeispiele für grafische Formen



BEISPIEL EINER TITELSEITE



BEISPIEL EINER INNEN-DOPPELSEITE



BEISPIEL EINES INSTAGRAM-POSTS

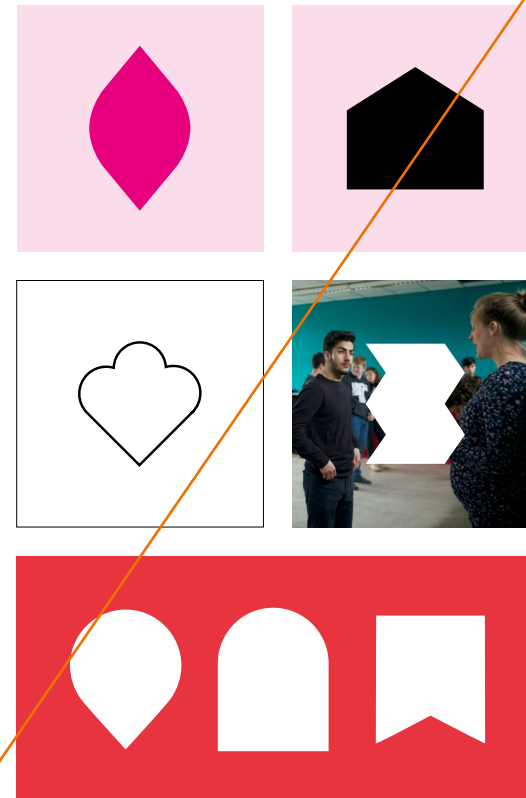
Grafische Formen

WAS ES ZU VERMEIDEN GILT

Negativbeispiele



- grafische Formen nicht anders ausrichten als in diesem Leitfaden vorgegeben,
- grafische Formen nicht schwarz füllen,
- nicht auf weißem Hintergrund positionieren,
- keine grafische Form auf einen Fotohintergrund setzen,
- keine Komposition aus mehreren grafischen Formen gestalten.



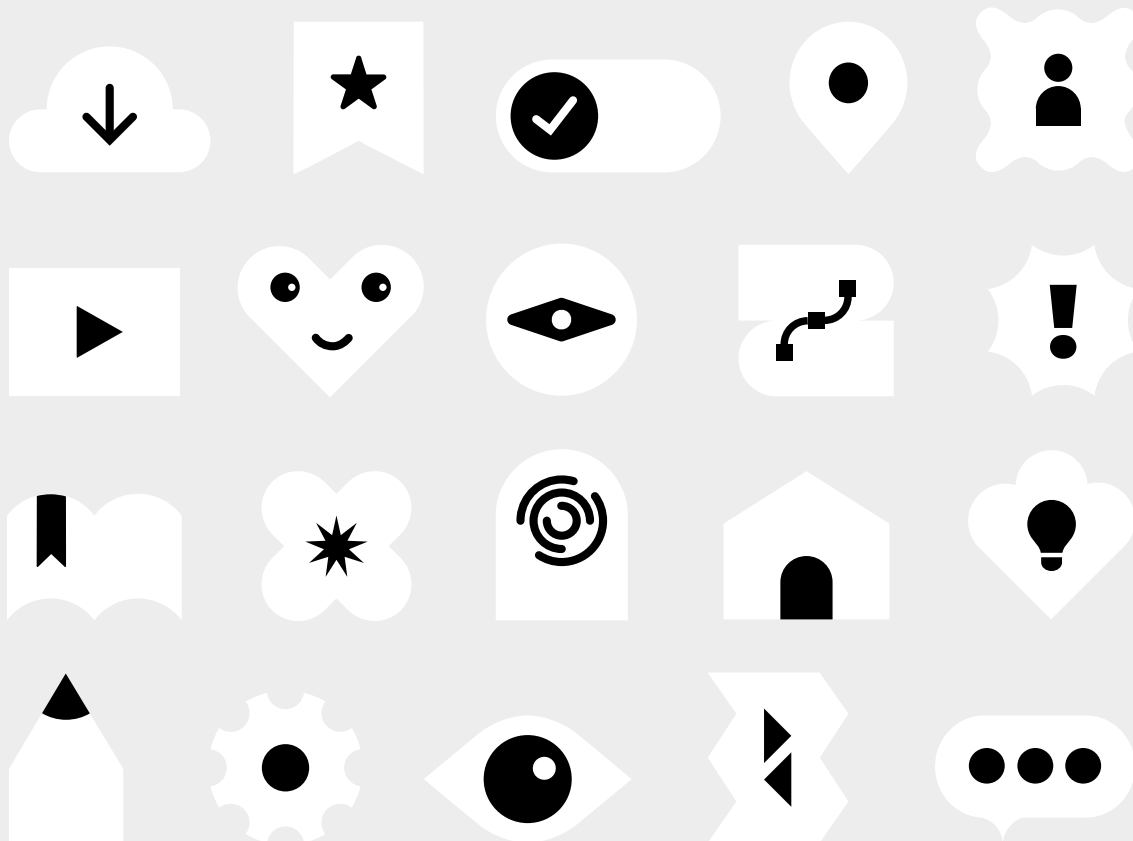
- keine Fotoform über die ganze Breite oder Höhe des Formats positionieren,
- keinen Text auf eine Fotoform setzen,
- nicht auf der gleichen Seite oder Doppelseite sowohl eine Fotoform als auch eine Konzeptform verwenden,
- eine Seite nicht mit zu vielen kräftigen Farben überladen, insbesondere wenn es sich um die gleiche Farbe handelt.

Konzeptformen

Von der Bibliothek der grafischen Formen ausgehend, wurde ein zusätzliches Verzeichnis von „Konzeptformen“ entwickelt. Durch das Hinzufügen von schwarzen grafischen Elementen erhalten die Formen eine neue Bedeutung und tragen zur Entwicklung des Markenbildes bei.

Diese belebten Formen begleiten wohldosiert die Kommunikationsmittel - eher um „Emotionen“ hervorzurufen als Informationen zu vermitteln. Sie müssen im Einklang mit dem redaktionellen Inhalt stehen und in Maßen verwendet werden, um für einen grafischen „Überraschungseffekt“ zu sorgen.

Bibliothek der anhand der grafischen Formen geschaffenen Konzeptformen

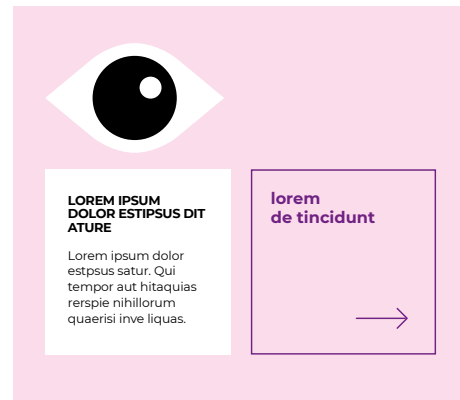


Konzeptformen

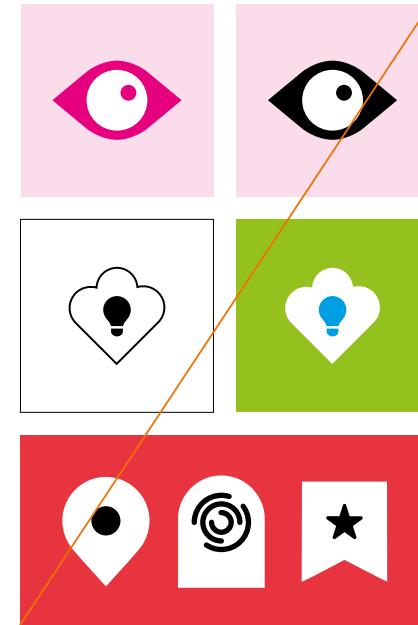
Konzeptformen dürfen nur in Weiß, mit schwarzen Elementen auf farbigem Hintergrund abgebildet werden.

→ Siehe Seiten 20, 21, 23 und 35 für Verwendungsbeispiele von Konzeptformen.

Verwendungsbeispiele für Konzeptformen



Negativbeispiele



- keine anderen Farben der Palette verwenden, weder auf der ganzen noch auf Teilen der Konzeptform,
- die Farblogik nicht umkehren und eine schwarze Hauptform verwenden,
- nicht auf weißem Hintergrund verwenden,
- nicht eine Komposition mit mehreren Konzeptformen gestalten.

Tendências verticais construtivas contemporâneas

Lorem ipsum dolor de tincidunt sentis goldette

1. Lorem ipsum dolor est quideste

Pietdoloreria ipsa
nim poresit altitatur
mostreporeos que
sam, omno quibus
aut estes eondistat
usandamus essum
tumes evelent
fugandiit ecilla
utentem auta ea de
lisquam qui cumquips
a sit fugias ut loreim :

Sed que id ularpor
corio ea quidus
maximagnatis
sengdign itatusam
verum, odi tenis sant,
si officineim hart
mossequalet venis.

2. Faculte dolor est quideste

Pietdoloreria ipsam
poresit altitatur most
rempos que sam, omno
quibus, si aut estes
eondistat usandamus
essum tumes evelent
fugandiit ecilla utentem
auta ea de lisquam
qui cumquips a sit, aut
fugias ute loreim :

• **lupta** quuntur
andam, am, verias
debatite volenihitum
ipsamet pila sam into

• **verias** debatite
volenihitum ipsamet pila
sam into magnate sa ad
ditis volerehent.

3. Lorem dolor est quideste

Pietdoloreria ipsam
poresit altitatur most
rempos que sam,
omno quibus, si
aut estes eondistat
usandamus essum
tumes evelent
fugandiit ecilla
utentem auta ea de
lisquam qui cumquips
a sit fugias ut loreim :

• **lupta** quuntur
andam, am, verias
debatite volenihitum
ipsamet pila sam into

• **verias** debatite
volenihitum ipsamet
pila sam into magnate
sa ad ditis volerehent.

Genet ariat estioreum
dolor aute lum ad quat
ut ularpa necture que lab
inciduses clentative.

• **Apede** solem eatur
gitem omnimpe eioatout
fissat exurnum loreim, »

JOHANN DEBBRYNE
Morem ipsum dolor estante quides endandam
sequant volorent

4. Santeris endantes folde

Pietdoloreria ipsam
poresit altitatur most
rempos que sam,
omno quibus, si
aut estes eondistat
usandamus essum
tumes evelent
fugandiit ecilla
utentem auta ea de
lisquam qui cumquips
lorem quuntur andam,
am, verias debitate.

Volenihitum ipsamet
pila sam into. Verias
debatite volenihitum
ipsamet pila sam into
magnate sa ad ditis
volerhent.

Genet ariat estioreum
dolor aute lum ad quat
ut ularpa necture que lab
inciduses. clentative
lorem ularpor corio ea
quidus maximagnatis.

« Voluptia culpa commodis alitatem antia post,
ate persperi arcientis elligent fugit diam exerias
eamette alia dolupta tempediscitis ditatis elit
eossedis simpre struptu riandem cs as evenim. »

PIERRE DANTINE
Morem ipsum dolor estante quides endandam sequant volorent

• **Rum** volupta
sissimuaandi res
delicice rectemporeim
fuga. Ped evelest,
cor as derio illacep
utania cui, codiam
fugia estilluses et hit,
ut officrem reptat il
intrecus ad maio et
endendia. »

LOUISA MANSEFIELD
Morem ipsum dolor estante
quides endandam

« Voluptia culpa commodis alitatem antia post,
ate persperi arcientis elligent fugit diam exerias
eamette alia dolupta tempediscitis ditatis elit
eossedis simpre struptu riandem cs as evenim
consed mo quam voluptas equis expel moleste. »

HANS OFFAL
Morem ipsum dolor estante quides endandam sequant volorent

• **Voluptia** culpa commodis alitatem
antia post, ate persperi arcientis
elligent fugit diam exerias eamette
alia dolupta tempediscitis ditatis elit
eossedis simpre struptu riandem cs
as evenim consed mo quam voluptas
equis expel moleste. »

ANTOINE DELPHONSO
Morem ipsum dolor estante quides endandam
sequant volorent

5. Granatis molis luppe sengrelle

Pietdoloreria etes
ipsam poresit
altitatur most
rempos que sam,
omno quibus, si
aut estes eondistat
usandamus essum
tumes evelent
fugandiit ecilla
utentem auta ea
de lisquam qui
cumquips a sit, aut
fugias ute loreim :

• **lupta** quuntur
andam, am, verias
debatite volenihitum
ipsamet pila sam
into sentis

• **verias** debatite
volenihitum
ipsamet pila sam
into magnate
sa ad ditis
volerehent.

Genet ariat
estioreum dolor
aute lum ad quat
ut ularpa necture
que lab inciduses.
clentative lores.

Sed que id ularpor
corio ea quidus
maximagnatis
sengdign itatusam
verum odi tenies.

06

Tendências verticais construtivas contemporâneas

Fotoformen

Hier handelt es sich um ein anderes Beispiel zur Verwendung von Formen.

Indem Fotos in Masken mit verschiedenen Formen eingefügt werden, wird der qualitativ manchmal uneinheitliche Fotohintergrund besser hervorgehoben. Das Foto wird dadurch grafischer und spielerischer gestaltet.

Fotoformen sollten allerdings sparsam eingesetzt werden.

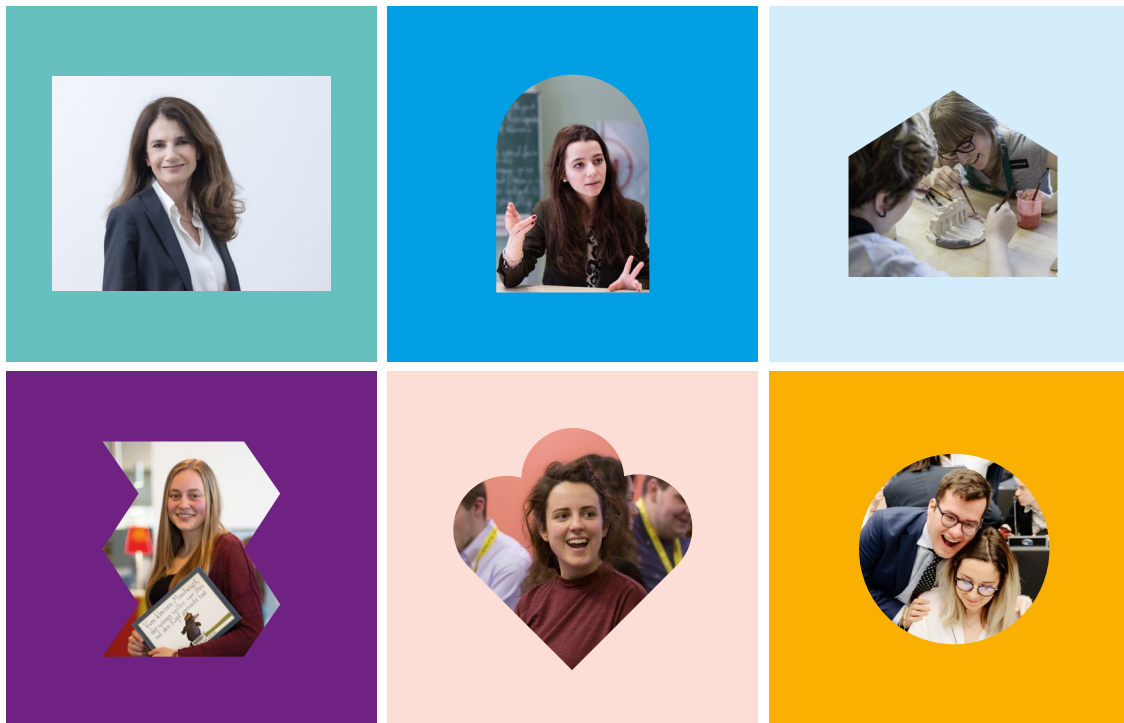
Sie dienen dazu, punktuell Akzente im Bildaufbau zu setzen.

Die Fotoform wirkt besonders gut auf einem farbigen Hintergrund, der im Einklang mit dem Gesamtbild steht.

ANMERKUNG: Auf das Foto darf kein Text gesetzt werden.

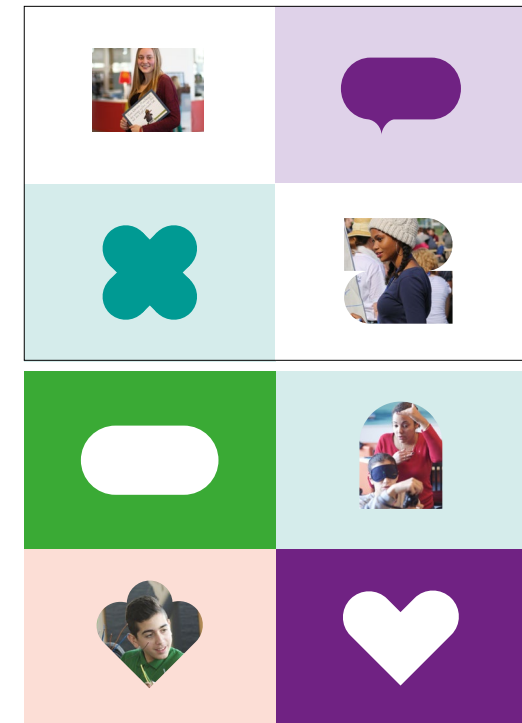
→ Siehe Seiten 42 bis 44 für andere Möglichkeiten, Fotos zu verwenden.

Beispiele für Fotoformen



Das Copyright kann am Seitenrand oder auf der Deckseite am Ende des Dokuments, zusammen mit anderen Bildnachweisen, Kontaktinformationen, usw. aufgeführt werden.

Kombinationsmöglichkeiten



Fotoformen können mit farbigen grafischen Formen kombiniert werden.

Piktogramme



Piktogramme

Das Corporate Design umfasst eine Reihe von linienförmigen Piktogrammen zur Vermittlung technischer oder praktischer Informationen. Dies ermöglicht es beispielsweise, die Art eines Inhalts zu symbolisieren, einen Kontakt oder eine Adresse anzugeben oder jemanden dazu einzuladen, auf einen Link zu klicken usw.

Die dargestellten Piktos sind lediglich eine Ausgangsbasis. Dienstleister des DFJW können nach Bedarf ihre eigenen Piktogramme schaffen. Hierbei sind die folgenden Prinzipien zu beachten: Einfachheit, Rundungen sowie eine einheitliche Konturenstärke. Die Piktogramme sind in schwarz oder mit weißer Aussparung zu verwenden.

Bibliothek



Pinnen



Notieren



Drucken



Besprechen



Webverweis



Klicken



Ansehen



Internet



E-Mail



Post



Web-Links



Das Wort erteilen



Gut zu wissen



Ausblick



Formular



Bildergalerie



Fotos



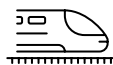
Lage



Route



International



Reisen



Zeitplan



Diplom

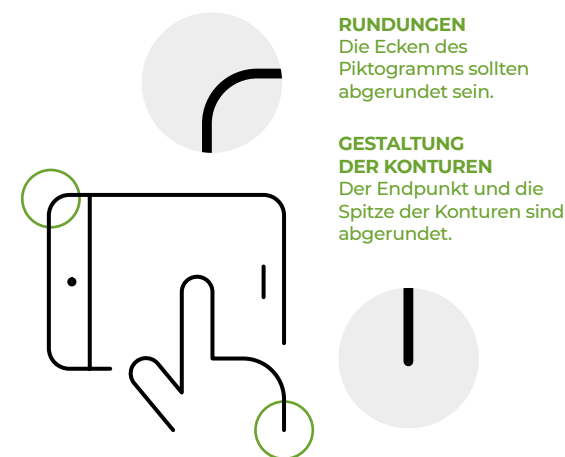


Ziele



Kosten

Gestaltungsregeln



RUNDUNGEN

Die Ecken des Piktogramms sollten abgerundet sein.

GESTALTUNG DER KONTUREN

Der Endpunkt und die Spitze der Konturen sind abgerundet.

KONTURSTÄRKE JE NACH FORMAT

- Format A6 und kleiner = 0,3 pt
- Format A5 = 0,3 pt
- Format A4 = 0,5 pt
- Format A3 = 0,75 pt

Piktogramme

Piktogramme eignen sich gut für Textkästen, zum Hervorheben praktischer Informationen. Zur besseren Hervorhebung und um für eine gewisse Ausgeglichenheit zu sorgen, kann ein Piktogramm zum Beispiel in einen Kreis gesetzt werden.

Es kann auch außerhalb eines Kreises seinen Platz finden und mit anderen linienförmigen Elementen kombiniert werden (Rahmen, Trennlinien, Pfeile, unterstrichene Wörter oder Überschriften...).

Verwendungsbeispiele für Piktogramme



Une question ? Contactez l'équipe !

51 rue de l'Amiral-Mouchez
75013 Paris
Tél. : +33 1 40 78 18 18
info@ofaj.org

Lorem ipsum dolor dit atu tempor aut hitaquias rerspie nihil-
lorum quaerisi inve liquas ut erit dolesciatus eat. Veliqui-
optaquiam, coviderio rerat. Boratur rere omnihil im sintern ella-
bo. Num repro experspid molus ta tiosamus, eos repellig nimis
quodit volorepe que pas.

At vulum ea nonecaeprem mide laborporitis non cus assim-
ped quiati a sunt pratibus. Dia dis eum corest voluptat et vit
ut. enimporio quunt moluptam ditis elliquid estis dolestiatio.
ut am disque cone mossim re, si cone volorio biabo. Namustis
acit vendit ditendi gendis et in re ne is que et, od essinihil ma
ped magnatur molore aut exped moluptas.

Asequatur repere pelitor arum eos minti to idebitorum et
maximi, ut ulparum fuga. Aquiduc itatiam quas eat ium fugitia
as pos sinum si blandite nienim dolupta tibus andicim vent
ma simendunto magnis alit res natinci dit quiae.



BON À SAVOIR

Adises ses dequi dolorumhicius, quiacom
mae cullitia nam veliquatate secum
ola borro nonsequo quat. Beritat eossit venie
nitas. Vid etati culluptatur magnis que eatios
sum, consed que simin commos et queost
sades amiuntem eum hiliqui que nost
evelis des estio. Et dolumquam comniet
estionsed expliam ulloreh enditas ipsandam
andellorion preperf ercipit ut as vollupt
atem que consequas etus dolor sedicaepta
volupta exerspis inum quo volupta nimi.
Acus adit veliqui conem fugia plia cumres
plisim ius sum ipsam, seproto tevit.



LOREM IPSUM DOLOR ESTIPSUS DIT ATUR

Lorem ipsum dolor
estipsus dit atur. Qui
rerspie nihilorum
quaerisi inve liquas ut
erit dolesciatus eat.
Veliqui optaquiam,
coviderio rerat. Boratur
rere omnihil im sintern
ellabo. Num reprot
experspid molus.



Lorem ipsum unle maretis xent

azerty ertus desor aurore auteris bold
cericavem hoc lorem ipusm dorlor

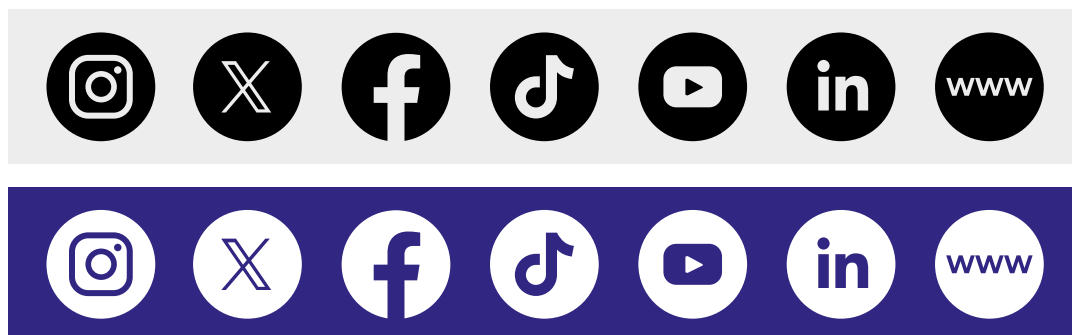
FALSEM DISSALEME

Social-Media-Symbole

Das DFJW schließt seine Veröffentlichungen mit einem Verweis auf die sozialen Netzwerke und seine Internetseite unter Verwendung der entsprechenden Piktogramme, die, wenn möglich, interaktiv verlinkt sind (insbesondere, wenn es sich um ein PDF-Dokument handelt).

Bei hellem Hintergrund werden die Piktogramme mit Aussparung auf einem schwarzen Kreis positioniert. Bei dunklem Untergrund werden die Piktogramme mit Aussparung auf einem weißen Kreis gesetzt.

Social-Media-Unterschrift



Verwendungsbeispiel mit der empfohlenen Größe für die Rückseite eines A4-Dokuments

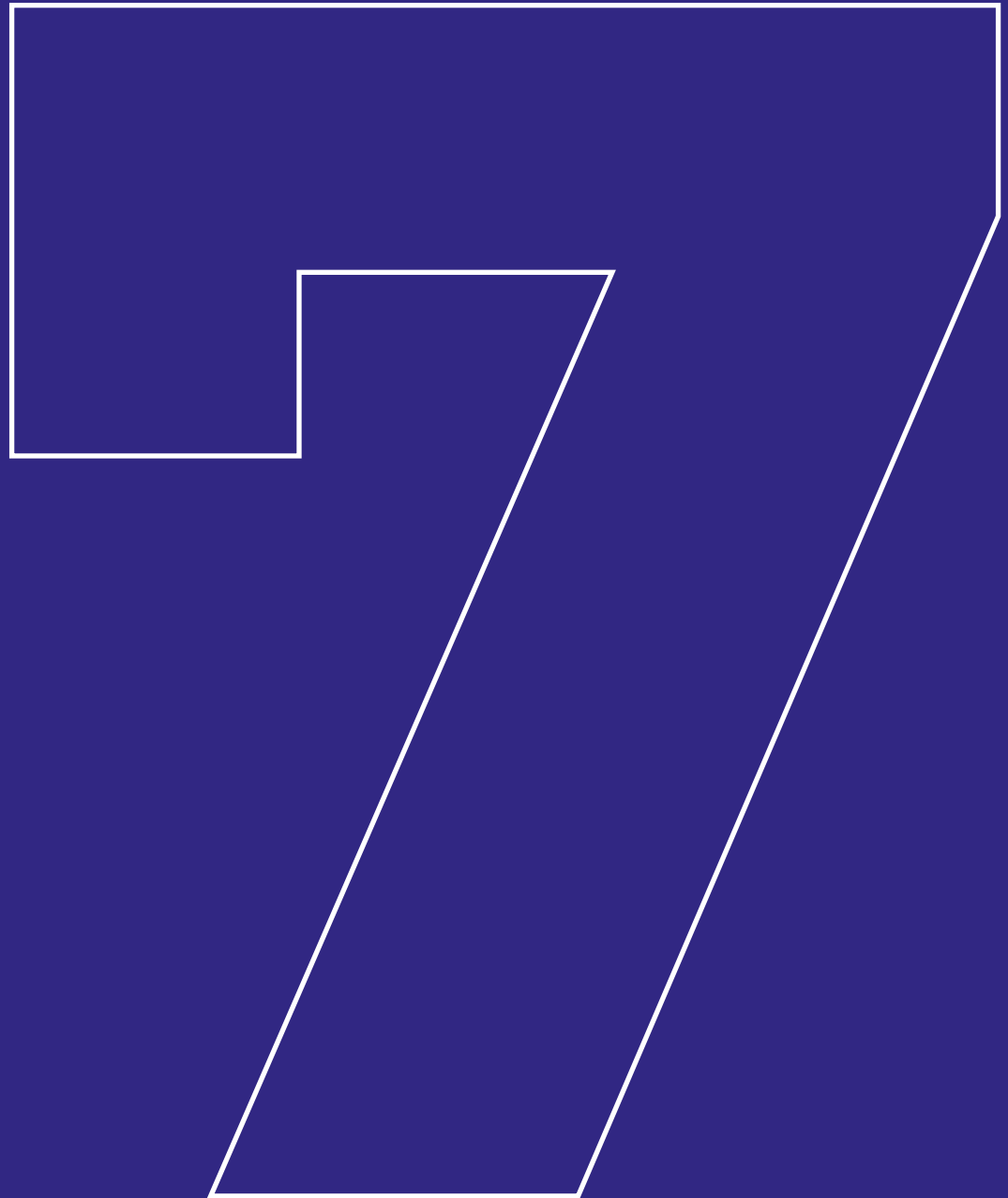


DFJW - Molkenmarkt 1 - 10179 Berlin - trilateral@dfjw.org
 OFAJ - 51 rue de l'Amiral-Mouchez - 75013 Paris - trinational@ofaj.org
 © DFJW/OFAJ, Berlin/Paris, 2022

BENUTZUNGSREGEL

Für eine deutschsprachige Veröffentlichung wird zuerst die deutsche Adresse angeführt. Für eine französisch- oder zweisprachige Veröffentlichung ist zuerst die französische Adresse zu nennen. Gleiches gilt für das Copyright.

Fotos



Klassische Fotos

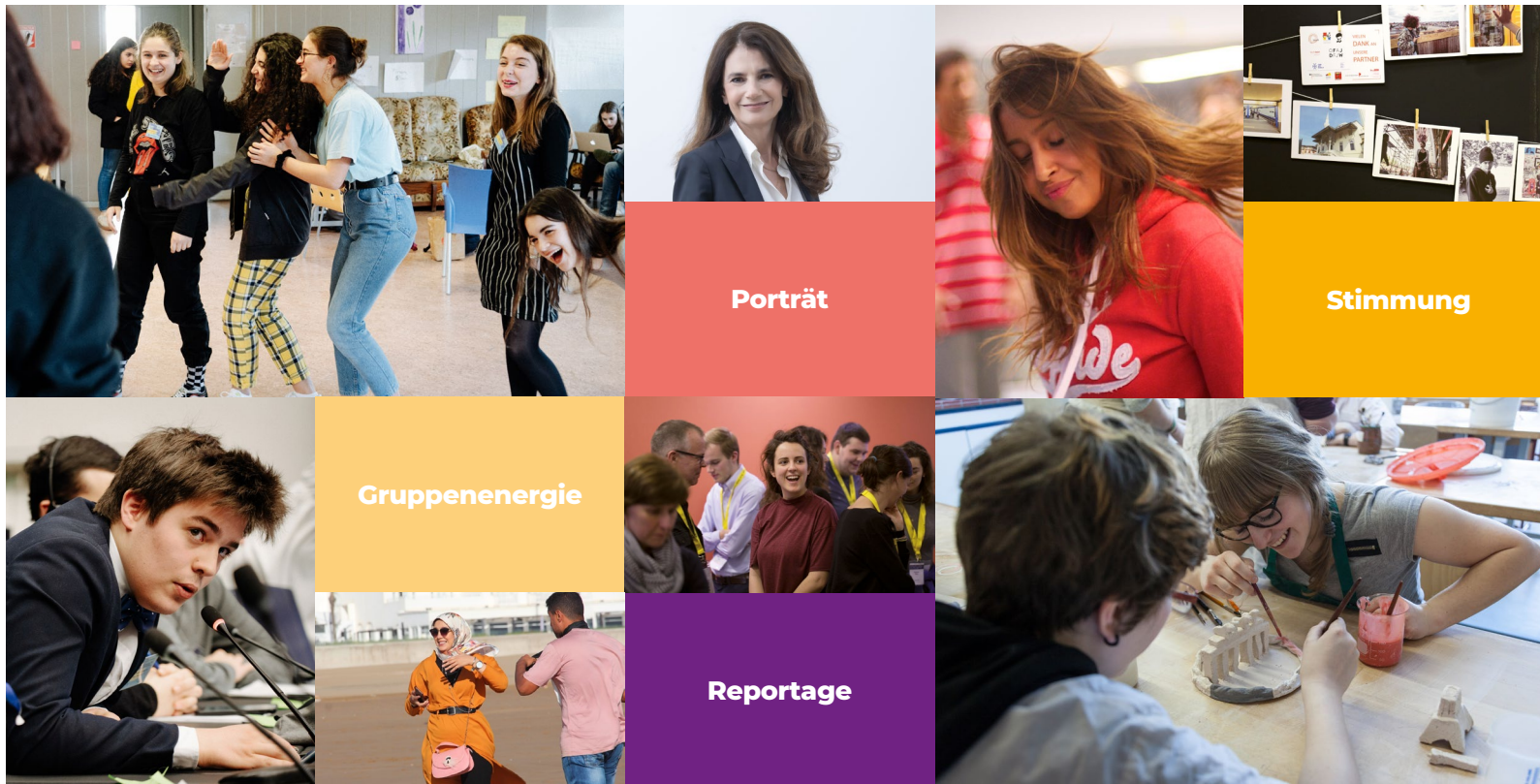
Bei Fotos ist eine eher klassische Gestaltung – in einem rechteckigen Rahmen – möglich, egal ob es sich um institutionelle Porträts oder Momentaufnahmen handelt. Auf diese Weise kann das Layout luftiger gestaltet und seine Lesbarkeit vereinfacht werden.

Die untenstehende Gestaltung illustriert den zu bevorzugenden Fotostil.

Die folgenden Empfehlungen sollten berücksichtigt werden:

- dynamische Bildkomposition,
- gute Lichtverhältnisse,
- gute Bildschärfe,
- Stil: Reportage/Momentaufnahmen.

Beispiele für Bilder, die den Empfehlungen entsprechen, s. dazu auch die Schlüsselwörter.
Diese Mosaikdarstellung ist nur ein mögliches Gestaltungsbeispiel.



Klassische Fotos

Beispiele für Bilder, die den Empfehlungen entsprechen, s. dazu auch die Schlüsselwörter.
Diese Mosaikdarstellung ist nur ein mögliches Gestaltungsbeispiel.



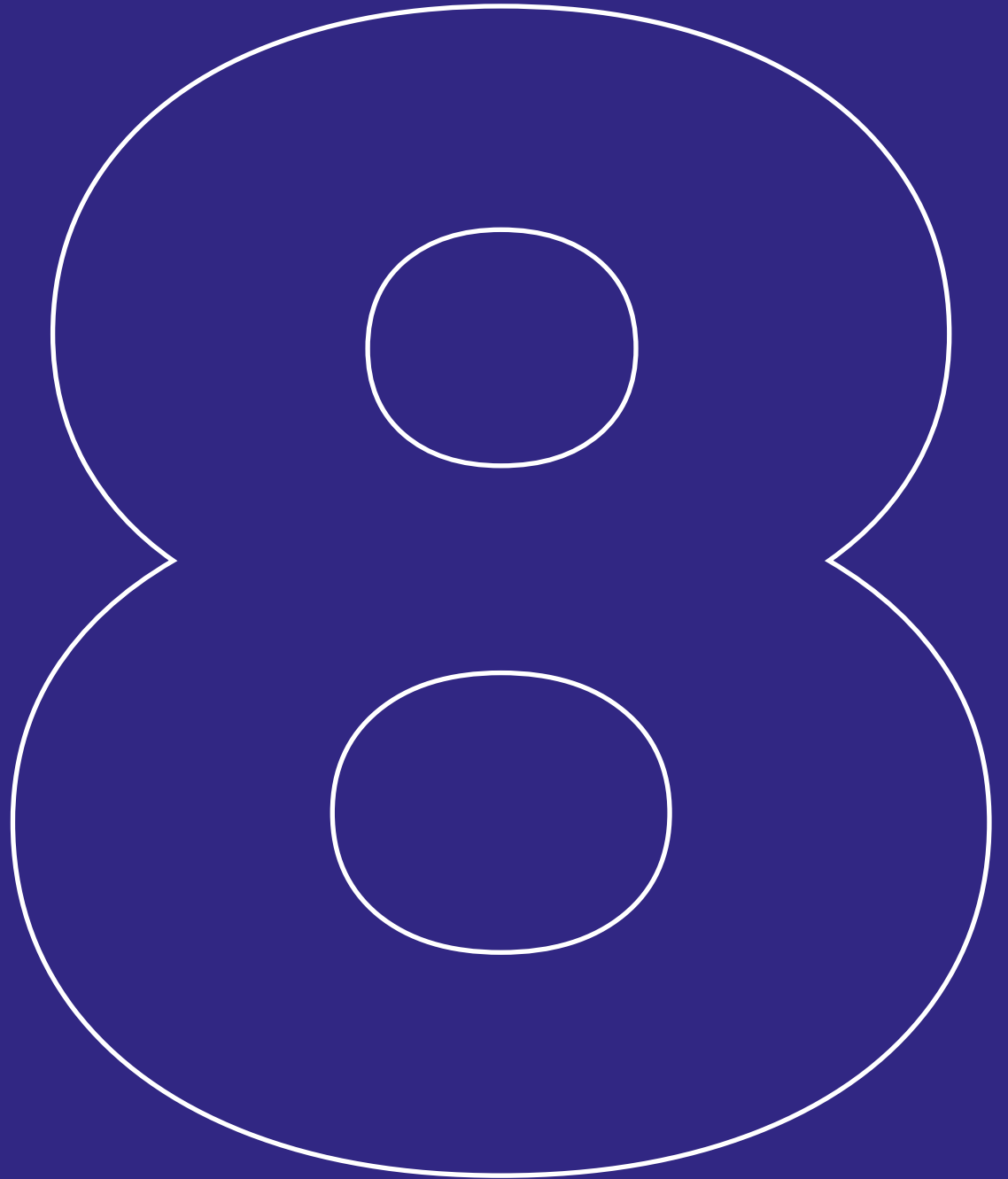
Klassische Fotos

SONDERFALL: Einfarbig blaue Fotos (mit dem Dunkelblau des DFJW: CMYK 100/100/0/0) dürfen ausschließlich für Imagebroschüren des DFJW verwendet werden (z.B. eine Informationsbroschüre).

Sonderfall: Einfarbige Fotos im Dunkelblau des DFJW



Dataviz

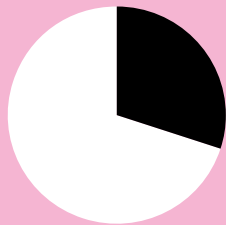


Schaubilder und Diagramme

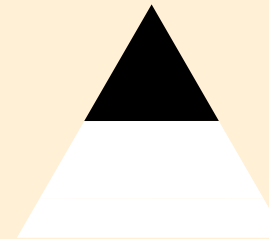
Die Darstellung von Daten geht mit den grafischen Elementen des Corporate Design besonders leicht von Hand. Zur besseren Lesbarkeit muss jedes Datenelement auf eine Kachel gesetzt werden. Feine Linien ermöglichen es, die Grafiken und Histogramme zu stilisieren.

Die Bibliothek der grafischen Formen kommt auch bei der Darstellung von Prozentsätzen durch Torten- oder Pyramidendiagrammen zum Einsatz.

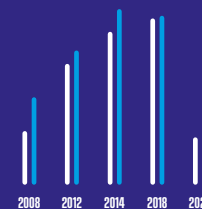
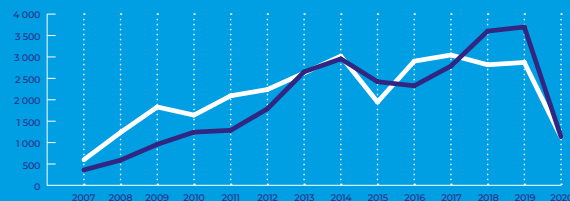
Zahlen und Diagramme



29 % Qui setemporutem hitas quiasrersie quid neasete nihillorum quaerive liquast des erit voluptature apietus voluptatus sent dipsuntis sinusan **temquis valor** aut volla nis ad que lemnat vein.



43 % Qui setemporutem hitas quiasrersie quid neasete nihillorum quaerive liquast des erit voluptature apietus voluptatus sent dipsuntis sinusan **temquis valor** aut volla nis ad que lemnat vein.



2008 ▷ 39.66
2012 ▷ 91.9
2014 ▷ 77.23
2018 ▷ 81.101
2020 ▷ 112.98

- Mosaik-Effekt kreieren,
- breiter Einsatz der Farbpalette durch Mischung von kräftigen Farben und Pastelltönen.