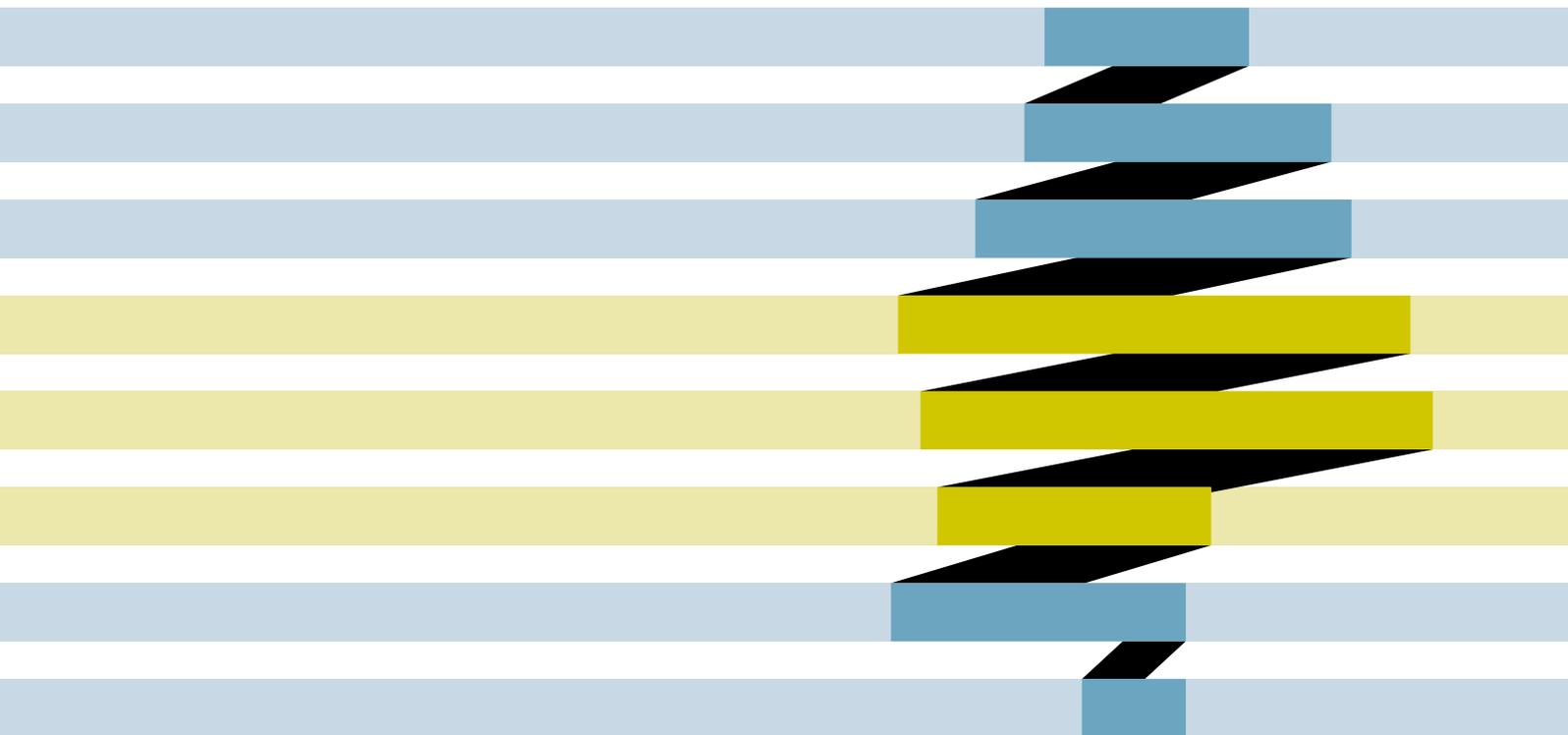


# Corporate Design Manual

Regionalverband Großraum Braunschweig

Stand: November 2019



# I. LOGO

# Die Wort-Bild-Marke

## 1. Standardversion – mehrfarbig

Die Wort-Bild-Marke darf im Aufbau und Farbigkeit nicht verändert werden. Damit sie ihre repräsentative Wirkung nicht verliert, muss die farbige Wort-Bild-Marke immer auf weißem Hintergrund stehen. Die farbige Darstellung ist vorzuziehen. Weiterhin stehen eine Einfarbige-Logo-Variante und eine Strich-Logo-Variante zur Verfügung. Das Logo besteht generell immer aus der Bild-Marke und der Wort-Marke.

Die Bild-Marke markiert die Region (Landkarte des Wirkungsgebietes) deren acht Teile symbolisieren die acht Verbandsglieder (dabei kennzeichnet die Farbe drei kreisfreie Städte und fünf Landkreise) und bildet »Ein starkes Band für die Region«.



F:\0 Allgemeine Daten\22\_Logos\1\_Regionalverband

**Tipp:** Für Word, PowerPoint und Co eignet sich die emf-Datei am besten. Agenturen bekommen die zip-Datei (enthält alle Varianten und das Handbuch). Im Zweifelsfall gerne bei Wolf Irmer nachfragen.



Mehrfarbige-Logo-Variante

#### Print CMYK

Logo-Regionalverband\_CMYK-300dpi.jpg  
Logo-Regionalverband\_CMYK.eps  
Logo-Regionalverband\_CMYK.pdf  
Logo-Regionalverband\_CMYK.svg

#### Print Pantone

Logo-Regionalverband\_PANTONE.eps  
Logo-Regionalverband\_PANTONE.pdf

#### Web RGB

Logo-Regionalverband\_RGB-72dpi.jpg  
Logo-Regionalverband\_RGB-72dpi.png  
Logo-Regionalverband\_RGB-300dpi.jpg  
Logo-Regionalverband\_RGB-300dpi.png  
Logo-Regionalverband\_RGB.svg  
Logo-Regionalverband\_Signatur.jpg

#### MS Office

Logo-Regionalverband\_WordPowerPoint.emf

# Die Wort-Bild-Marke

## 2. Sonderversion – einfarbig

Die Einfarbige-Logo-Variante ist nur in Sonderfällen zu nutzen, z. B. auf farbigen Hintergründen und Bildern. Das Logo darf dabei keine wesentlichen Bildteile abdecken. Das Bildmotiv darf die Lesbarkeit des Logos nicht stören. Auf Fotos erscheint das Logo niemals farbig.



I:\0 Allgemeine Daten\22\_Logos\1\_Regionalverband\02\_Einfarbiges-Logo



Einfarbige-Logo-Variante

**Positive Variante**

Logo-Regionalverband\_EINFARBIG\_positiv.png

**Negative Variante**

Logo-Regionalverband\_EINFARBIG\_negativ.png

## 3. Sonderversion – Strich

Die Strich-Logo-Variante ist in Sonderfällen zu nutzen, z. B. wenn nur ein einfarbiger nicht gerasterter Druck möglich ist (z. B. bei Werbearbeiten) und als Folienschnitt. Die Verwendung des mehrfarbigen Logos ist in jedem Fall zu überprüfen und vorzuziehen.



I:\0 Allgemeine Daten\22\_Logos\1\_Regionalverband\03\_Strich-Logo



Strich-Logo-Variante

**Positive Variante**

Logo-Regionalverband\_STRICH-positiv.eps

Logo-Regionalverband\_STRICH-positiv.pdf

Logo-Regionalverband\_STRICH-positiv.png

**Negative Variante**

Logo-Regionalverband\_STRICH-negativ.eps

Logo-Regionalverband\_STRICH-negativ.png

# Aufbau und Positionen

Die Marke des Regionalverband Großraum Braunschweig setzt sich zusammen aus der Bild-Marke „Kartenband“ und der Wort-Marke „Regionalverband Großraum Braunschweig“. Die Klarheit aus Schriftbild und Bild-Marke sind tragende Elemente der visuellen Identität. Ihr Aufbau basiert auf fixen Bezugspunkten. Das Verhältnis zwischen diesen Elementen ist detailliert geregelt. Andere Zusammenstellungen sind nicht zulässig. Die Wort-Marke darf nicht nachgesetzt werden, da die Abstände der Buchstaben gegenüber der normalen Laufweite verändert wurden.



# Schutzzone

Die Einhaltung eines geschützten Bereichs um die Wort-Bild-Marke sichert der Marke die nötige Signalwirkung.



# Logo-Mindestgröße

## 1. Wort-Bild-Marke

Die Bild-/Wort-Marke darf die Mindesthöhe von 10 mm nicht unterschreiten.  
Die Breite ergibt sich automatisch über eine proportionale Größenanpassung.



## 2. Bild-Marke – Bedingter Einsatz als Solitär

Der Einsatz der Bild-Marke als Solitär ist sorgfältig abzuwägen und nur unter folgenden Bedingungen möglich:

- 1.) Die Bild-Marke als Solitär darf nur in unmittelbarer Nähe zur Wort-Bild-Marke abgebildet werden. Beispiel: Die Platzierung der Bild-Marke als Solitär auf einem Buchrücken ist erlaubt, wenn die Bild-/Wort-Marke auf dem Cover platziert ist.
- 2.) Die Bild-Marke darf die Mindesthöhe von 10 mm nicht unterschreiten.



## 3. Wort-Marke – Bedingter Einsatz als Solitär

Der Einsatz der Wort-Marke als Solitär ist sorgfältig abzuwägen und nur unter folgenden Bedingungen möglich:

- 1.) Die Mindesthöhe der Positionsfläche beträgt weniger als 10 mm.
- 2.) Die Wort-Marke darf die Mindesthöhe von 3 mm nicht unterschreiten.



# Logo - Dos and don'ts

## 1. Zulässige Logo Platzierung auf Farbflächen und Bildern

Auf Farbflächen oder Bildern wird ausschließlich die einfarbige Version verwendet. Anhand von Kontrast und Lesbarkeit wird entschieden, ob die positive oder die negative Version verwendet wird.

Ferner darf die Version nicht verändert werden (keine Änderung der Rasterwerte, Rahmen, Schatten oder anderer Effekte).



# Logo - Dos and don'ts

## 2. Nicht zulässige Logo Verwendung

Aus Gründen der visuellen Einheitlichkeit ist es nicht zulässig, die Marke in einer beliebigen Farbe zu setzen, Teile von ihr wegzulassen oder in Form oder Proportion zueinander zu verändern. Ferner ist es nicht zulässig die Wort-Bild-Marke in Outline darzustellen.

Es ist nicht zulässig, die mehrfarbige Wort-Bild-Marke auf einer beliebigen Farbfläche oder einem Bild zu platzieren.



# II. Corporate Design

# Farbdefinition

## 1. Primärfarben

Um auf allen Anwendungen eine einheitliche und optimale Wiedergabe der Farben zu gewährleisten, wurden spezifische Farbwerte für die verschiedenen Anwendungen definiert. Die Primärfarben sind maßgebend für das typische Erscheinungsbild des Unternehmens.

Die empfohlene Aufrasterung der Hauptfarben ist in 20er Schritten festgelegt für eine gute Differenzierung.



CMYK	58   18   15   8	15   3   100   13	0   0   0   100
RGB	141   171   195	206   207   31	0   0   0
Pantone	2206 C / K	397 C / K	--
HEX	#8dabc3	#cecf1f	#000000
RAL	5024   Pastellblau	1012   Zitronengelb	9005   Tiefschwarz



CMYK –! Graustufen! – 0|0|0|55 0|0|0|20 0|0|0|100

Folienschnitt Oracal 751 (Einfarbige Version)	positive Variante:	negative Variante:
	713 eisengrau (entspricht 0 0 0 55);	713 eisengrau (entspricht 0 0 0 55);
	074 mittelgrau (entspricht 0 0 0 20);	074 mittelgrau (entspricht 0 0 0 20);
	070 schwarz	010 weiß

Folienschnitt aus Foliendruck (CMYK-Version) Druck gemäß den CMYK-Farbdefinitionen

Folienschnitt Oracal 951 (4-farbige Version, <b>ausschließlich auf dunklem Hintergrund</b> )	Blau:	553 Lagune (0/122/154)
	Grün-Gelb:	201 Krokusgelb (236/220/18)
	Band:	713 Eisengrau (91/97/101)
	Typo:	711 Steingrau (19 5/195/196)

# Farbdefinition

## 2. Sekundärfarben

Die Sekundärfarben sind sogenannte Akzentfarben. Sie werden nur eingesetzt, wenn die definierten Primärfarben zur farblichen Unterscheidung von Inhalten nicht ausreichen, beispielsweise bei Infografiken oder Diagrammen. Akzentfarben dürfen nicht großflächig oder über die oben beschriebenen Anwendungen hinaus eingesetzt werden. Die Primärfarben nehmen also immer einen deutlich höheren Anteil in der Gestaltung ein.

CMYK	5 5 25 70	80 25 0 40	20 100 20 20	0 40 100 5
RGB	106 104 89	0 105 148	170 5 94	238 160 0

## 3. Farbgewichtung (Beispiel)

Die Primärfarben nehmen immer einen deutlich höheren Anteil in der Gestaltung ein gegenüber den Akzentfarben.



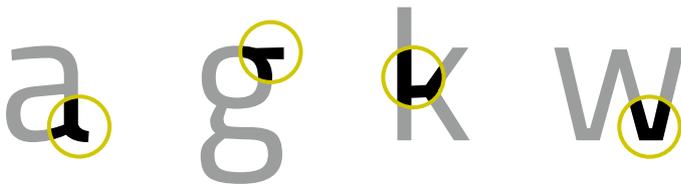
# Typografie

## 1. Primär-Schrift Titillium

Mit der Hausschrift *Titillium* barrierefrei in Print und Web

- technisch – funktional
- klar – rational
- zeitgemäß – ausdrucksstark

ÄAa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
ÖOo Pp Qq Rr Ss Tt ÜUu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ € % &! ? \*, . - ; : \_ +



Titillium Light  
*Titillium Light Italic*  
Titillium Regular  
*Titillium Italic*  
**Titillium SemiBold**  
***Titillium SemiBold Italic***  
**Titillium Bold**  
***Titillium Bold Italic***

## 2. Sekundär-Schrift Calibri

In folgenden Anwendungen wird für den digitalen Austausch

die Standard-Schrift Calibri eingesetzt:

- **Präsentationen** (PowerPoint)
- **Outlook** (E-Mail)
- **Word** (Anmerkung: Die Schrift Titillium ist in Word voreingestellt. Wird eine Worddatei im Austausch mit externen Stellen genutzt ist eine Umstellung der Schrift auf die Standard-Schrift Calibri zu empfehlen.)

ÄAa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
ÖOo Pp Qq Rr Ss Tt ÜUu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ € % &! ? \*, . - ; : \_ +

Calibri Regular  
*Calibri Italic*  
**Calibri Bold**  
***Calibri Bold Italic***

# Claim

## *Claim – Unternehmensanspruch*

Durch den **Claim** »Gemeinsam Lebensqualität gestalten« werden Anspruch, politischer Auftrag und Nutzen kommuniziert. Wirkung und Ziel der Tätigkeitsbereiche werden positiv, kompakt und direkt vermittelt.

Der Claim darf als Solitär platziert werden. Er wird u.a. in Anzeigen verwendet, wahlweise als Abbinder oder Auftakt und rundet damit die inhaltliche Aussage ab.

## Gemeinsam Lebensqualität gestalten.



PLANEN  
ENTWICKELN  
VERBINDEN

Wenn Verbindung Freude bedeutet.

Wir legen die Basis für eine moderne Verkehrsentwicklung.  
Wir planen sinnvolle Vernetzung und Taktung für Bus und Bahn.

**Gemeinsam Lebensqualität gestalten.**

 **REGIONALVERBAND**  
Großraum Braunschweig

[www.regionalverband-braunschweig.de](http://www.regionalverband-braunschweig.de)



Wir legen die Basis für eine moderne V  
Wir planen sinnvolle Vernetzung und Ta  
**Gemeinsam Lebensqualität gestalten.**

 **REGIONALVERBAND**

# Reiter

## Reiter – Tätigkeitsfelder

Der **Reiter** »Planen | Entwickeln | Verbinden« beschreibt die Tätigkeitsfelder des Regionalverbandes. Die Reihenfolge ist fix und darf nicht verändert werden. Der Reiter wirkt aktivierend, ist zukunftsgerichtet und kontextbildend. Er findet z. B. Verwendung auf größeren Anzeigen (circa ab Format DIN A5; vgl. Beispiel) und wird dabei direkt auf das Bild platziert bzw. an das Bild gekoppelt. Das Zusammenspiel von den Grundelementen: Logo, Claim, Reiter und Farbbändern bzw. -flächen bildet die Basis des Corporate Designs.

Den Reiter gibt es in den Ausführungen „linksbündig“ (Platzierung am linken Seitenrand) und „rechtsbündig“ (Platzierung am rechten Seitenrand). Dabei liegen die „Trennstriche“ jeweils immer im Anschnitt.



# Gestaltungselemente

## *Bänder und Flächen*

Aus der Bild-Marke leiten sich die Gestaltungs-Bänder ab. Diese können in zwei Arten zum Einsatz kommen.

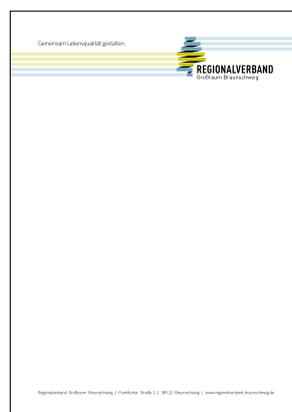
### 1.) In Verbindung mit der Bildmarke

Die 8 Bänder laufen im Hintergrund der Bildmarke weiter und haben dabei die exakt gleiche Höhe wie die Balken der Bildmarke (es darf kein Blitzer entstehen). Die Bänder laufen in den Anschnitt des Mediums.

Der Farbwert ist gerastert und liegt mindestens bei 30% und maximal bei 50% des Volltons.

### 2.) Losgelöst von der Bildmarke

Ein flexibler und modularer Einsatz der Bänder ist umsetzbar, wenn diese losgelöst von der Bildmarke sind. Die Bänder dürfen zu Flächen anwachsen, in der Anzahl und in der Farbverteilung variieren.



# Bildsprache

## *Ansprache und Festigung durch Emotionen*

Ziel ist es, die Philosophie und den Anspruch des Regionalverbandes optimal zu vermitteln. Anhand von plakativen, fokussierten und emotional aufgeladenen Bildmotiven wird dies umgesetzt.

Es ist darauf zu achten, dass die Bilder in ihrer Anmutung hell und freundlich sind. Idealerweise spiegeln die Bildfarben die Corporate Design Farben (Gelb-Grün / Blau-Grau) wider. Ferner sollten die gewählten Bilder in ihrer Sprache harmonisieren, um damit ein einheitliches Bild des Regionalverbandes zu prägen und die Wiedererkennbarkeit sowie einen einheitlichen Außenauftritt zu stärken. Duplexbilder sind nicht erlaubt.



# Grafiken

## 1. Tabellen

Die Tabellen werden in den Primär-Farben angelegt.

Zur besseren Leseführung und inhaltlichen Gliederung werden die Zeilen abwechselnd farbig markiert: empfohlene Farbwerte 20% bzw. 10% von der Volltonfarbe Schwarz. Wichtige Auszeichnungen dürfen in den Sekundär-Farben vorgenommen werden. Die Trennlinien werden in der Regel in weiß gehalten. Verzicht von Rahmen.

Verkehrsbezeichnungen > 500 Personenfahrten/Werktag (WVI 2010)			
in Richtung	ÖV	IV	Gesamt
Ilsede	595	3.445	4.040
Peine	154	2.833	2.987
Hannover	116	1.164	1.280
Braunschweig	47	1.169	1.216

Tabellen nach Möglichkeit einfarbig, also Blauton und ergänzend Graustufen oder Gelbton und ergänzend Graustufen.

Gemeinde	Geplante Vorhaben an Bushaltestellen
Stadt Braunschweig	Niederflurgerechter Umbau mehrerer Bushaltestellen pro Jahr
	Behindertengerechter Umbau von Haltestellen
	Verbesserung der Zugänglichkeit
	Ansatz: 400.000 €/Jahr
Stadt Salzgitter	Barrierefreier Umbau von 8 Bushaltestellen/Jahr bis 2021
	Sukzessiv Ausstattung mit taktilen Leitsystemen an allen Haltestellen
	Umbau von 21 Bushaltestellen im Zuge von Straßenerneuerungsmaßnahmen

Wirtschaftsdaten	Tsd. €	€ je Einwohner	€ je Beschäftigter
Bruttowertschöpfung	28.123.123	25.123	74.123
Produzierendes Gewerbe	2.123.123	9.123	28.123
Dienstleistungssektor	8.123.123	15.123	45.123
Gewerbe-Steuer	399.123	352	1.123
<b>Summe</b>	<b>39.123.123</b>	<b>41.123</b>	<b>16.123</b>

# Grafiken

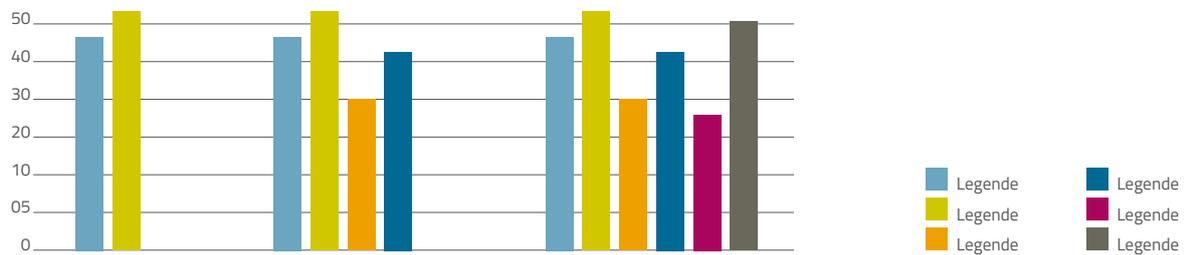
## 2. Diagramme

Für alle Diagramme gilt: „weniger ist mehr“.

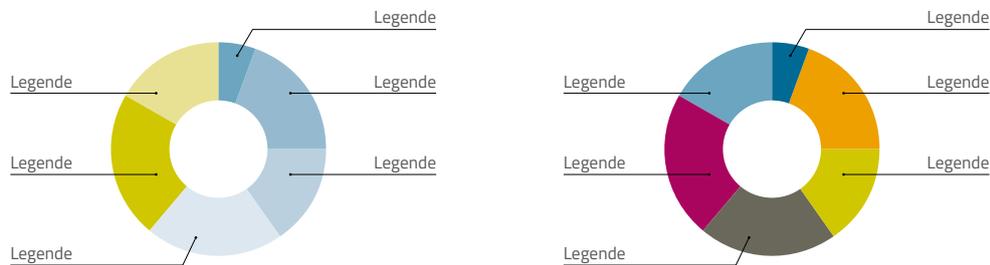
Darstellung nach Möglichkeit 2-dimensional nicht 3-dimensional.

Primärfarben vor Akzentfarben einsetzen.

### 2.1 Säulendiagramm



### 2.2 Kreisdiagramm



### 2.3 Kurvendiagramm

