

CORPORATE-DESIGN-MANUAL

Jugendbildungszentrum Blossin e. V.

Stand: Januar 2015



Bildungsstätte der
Brandenburgischen
Sportjugend

CORPORATE DESIGN

Da die visuelle Wahrnehmung beim Menschen besonders stark ausgeprägt ist, können Bilder, Farben und Formen im Vergleich zu Texten sowohl die Aufmerksamkeit stärker erregen als auch länger im Gedächtnis haften bleiben. Aus diesem Grund muss in der Kommunikation eines Unternehmens die Gestaltung einen sehr hohen Stellenwert einnehmen. Die Grundidee des Corporate Designs ist, das Leitbild des Jugendbildungszentrum Blossin e.V. durch Design-Maßnahmen nach innen und außen optisch identifizierbar und eigenständig zu machen.

Corporate Design ist das wichtigste Hilfsmittel in der Öffentlichkeitsarbeit. Es erleichtert und vereinfacht die Zusammenarbeit verschiedener Dienstleister und lässt das Erscheinungsbild des Jugendbildungszentrum Blossin e. V. wie aus einem Guss erscheinen. Die Entwicklung eines Corporate Designs ist allerdings ein dynamischer Prozess. Deshalb wird es auch in Zukunft Überarbeitungen und Weiterentwicklungen geben.

BASISELEMENTE

Bildwortmarke	3
- Jugendbildungszentrum Blossin e. V. – Logo und Dachmarke.....	3
- Subbranding	4
- Schutzräume und Logogrößen	4
Farbwelten	7
- Farbwelt Dachmarke	7
- Farbwelt Subbranding	8
Typografie	9
- Die Hausschrift	9
- Schriftenwendungen	10
Schreibweisen	14
Absätze	15
Auszeichnungen	15
Aufzählungen	16
Bildsprache	17

PUBLIKATIONEN

Visitenkarten	24
Briefbogen	25
Umschlagseiten.....	26
Merchandising und Give-aways	27

BILDWORTMARKE

Jugendbildungszentrum Blossin e. V. – Logo und Dachmarke

Die Bildwortmarke (im Folgenden als Logo bezeichnet) findet immer dann Anwendung, wenn es um „Blossin“ als Ganzes geht, also keine zielgruppenspezifische Ansprache stattfindet. Sie besteht aus einer 1-farbigen Wortmarke und einer 1-farbigen Bildmarke und darf nicht verändert werden. Eingesetzt werden sollte das Logo „Blossin“ stets in Vollfarbe. Die Negativvariante tritt in Ausnahmefällen auf, wie zum Beispiel auf dem blauen Farbverlauf.

Jugendbildungszentrum Blossin e. V. – Konkrete Anwendungsbeispiele:

- » Geschäftsausstattung
- » Printmedien
- » Kleidungsstücke
- » Fahrzeug- und Bootsbeschriftung
- » Give-aways/Merchandising-Produkte
- » Buttons
- » Image- und Kooperationsanzeigen

Primäre Bildwortmarke (1-farbig)



Primäre Bildwortmarke (s/w)



Sekundäre Bildwortmarke (negativ)



UNZULÄSSIGE LOGOVERSIONEN

Verzerren oder stauchen



Einfärben



Entfernen von Elementen



Drehen

Platzieren auf Bildern



SUBBRANDING

Allgemeines

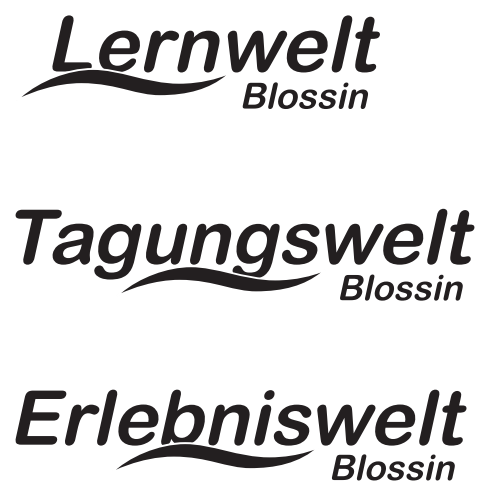
Die einzelnen Subbrandings werden dort verwendet, wo eine spezifische Zielgruppe angesprochen wird. Durch das beige stellte „Blossin“ im Schriftzug ist es möglich, die Logos auch jeweils einzeln ohne die Dachmarke „Blossin“ zu verwenden. Trotzdem ist sichergestellt, dass der Bezug zu „Gesamt-Blossin“ hergestellt werden kann. Um eine gute Lesbarkeit des beige stellten „Blossin“ zu gewährleisten, ist eine Mindestgröße der Subbrandings von 4 mm (Höhe) erforderlich. Natürlich ist es trotzdem möglich, durch eine zusätzliche

Primäres Subbranding (2-farbig)



Verwendung der Dachmarke die Zugehörigkeit der Submarke zur „Blossin-Gruppe“ nochmals zu betonen. In diesem Fall sollte das Logo der Dachmarke „Blossin“ in einiger Entfernung zur jeweiligen Submarke (beim Folder z. B. Submarke auf Titelseite, Dachmarke auf letzter Seite bzw. bei einer Anzeige Submarke im oberen Bildrand, Dachmarke „Blossin“ im unteren Bildrand) verwendet werden, um eine Dopplung des Wortes „Blossin“ innerhalb der Logos zu vermeiden.

Primäres Subbranding (s/w)



Sekundäres Subbranding (2-farbig)



Unter gewissen **druckspezifischen Voraussetzungen** darf das sekundäre Subbranding auch 1-farbig verwendet werden.

BILDWORTMARKE

Logogrößen

Die Abbildungsgrößen sind durch das Format vorgegeben. Verbindlich für die Standard DIN-Formate ergeben sich folgende Vorgaben.

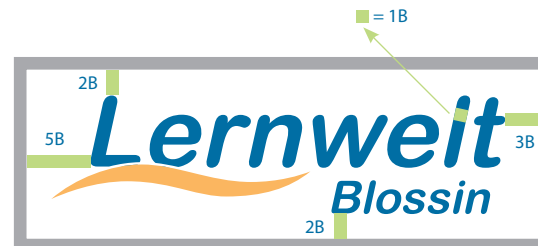
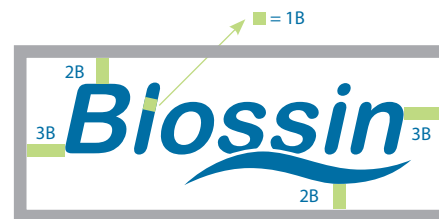
» Abbildung des Logo „Blossin“ in 100 %
47 mm X 14,6 mm (B x H)

» Abbildung der Subbrandings in 100 %
Lernwelt = 60 mm X 15,6 mm (B x H)
Tagungswelt = 78,5 mm X 15,7 mm (B x H)
Erlebnisswelt = 77 mm X 15,5 mm (B x H)

	Logo „Blossin“	Subbrandings
Din A4 – quer	XX %	XX %
Din A4 – hoch	XX %	XX %
Din Lang – quer	XX %	XX %

Schutzzonen:

Die Größe ergibt sich aus der Breite des versalen Anfangsbuchstabens. Die daraus abgeleitete Einheit “B” bestimmt den unantastbaren Schutzraum – ein Bereich, der nicht von Text oder grafischen Elementen berührt werden darf.



FARBWELTEN

Für die Unterscheidung der einzelnen Themenwelten wurden verschiedene Primär- und Sekundärfarben festgelegt. Das Farbspektrum setzt auf frische, kräftige Farben mit freundlichem Charakter. Grundlage bildet immer der jeweilige Basis-Farbtone 4C, da der 4-Farbdruck in der Regel günstiger

ist als der Sonderfarbendruck. Die Hausfarben können in Abstufungen verwendet werden. Die Farben finden entsprechend dem Themenbereich ihren Einsatz im Titel, der Typografie und vielen Basiselementen.

Farbwelt Dachmake „Blossin“

Primärfarbe



CMYK 100/25/0/29 RGB 0/106/161

Sekundäre Farben



CMYK 28/0/63/0 RGB 202/218/123



CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0



CMYK 0/5/95/0 RGB 255/229/0

Allgemeiner Farbverlauf für Hintergründe, Infokästen und Störer



FARBWELTEN

Die Hausfarben bestimmen die Farbwelt aller Blossin-Publikationen. Der Schriftzug der Logos sowie die Welle der Dachmarke Blossin sind dunkelblau, den Wellen der jeweiligen

Submarken wurden moderne, freundliche Farben zugeordnet, um den Kunden und Gästen von Blossin die Orientierung innerhalb der Angebotspalette zu erleichtern.

Blau = Wasseraffinität
Orange = Jugendlichkeit, Frische
Grün = Natur und Entspannung
Cyan = Wasseraffinität

Farbwelt Subbranding „Erlebnisswelt“

Primärfarbe



CMYK 100/25/0/29 RGB 0/106/161



CMYK 60/2/0/0 RGB 95/195/235

Sekundäre Farben



CMYK 28/0/63/0 RGB 202/218/123



CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0



CMYK 0/5/95/0 RGB 255/229/0

Farbwelt Subbranding „Tagungswelt“

Primärfarbe



CMYK 100/25/0/29 RGB 0/106/161



CMYK 28/0/63/0 RGB 202/218/123

Sekundäre Farben



CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0



CMYK 0/5/95/0 RGB 255/229/0

Farbwelt Subbranding „Lernwelt“

Primärfarbe



CMYK 100/25/0/29 RGB 0/106/161



CMYK 0/32/70/0 RGB 249/187/92

Sekundäre Farben



CMYK 28/0/63/0 RGB 202/218/123



CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0



CMYK 0/5/95/0 RGB 255/229/0

TYPOGRAFIE

Die Hausschrift

Die Hausschrift des Jugendbildungszentrum Blossin e. V. ist die Futura LT. Sie ermöglicht durch die Vielzahl an Schnitten und dem klassischen Design einen modernen, zeitgemäßen, aber zugleich dynamischen und luftigen Auftritt. Auch bei kleinen Schriftgrößen punktet die Futura LT durch ein ausgewogenes Schriftbild.

Futura LT Light 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Futura LT Light Oblique 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Futura LT Book 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Futura LT Book Oblique 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Futura LT Medium 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Futura LT Medium Oblique 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Futura LT Bold 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Futura LT Bold Oblique 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

TYPOGRAFIE

Schriftenwendungen

Für den Titel sind folgende Schriftschnitte maßgeblich.

Headline 1. Zeile

Futura LT Bold immer in Versalien

Subline

Futura LT Light Oblique

Auszeichnungstext in Infokästen und Störern

Futura LT Medium

Webadressen

Futura LT Bold

Absender Umschlagseite

Futura LT Bold / LT Light

Die Farbgebung und die entsprechenden Schriftgrößen sind in dem Kapitel Publikationen beschrieben.

WICHTIG: BEI DER VERSALIEN-SCHREIBWEISE WIRD AUS DEM ß EIN SS.

TYPOGRAFIE

Schriftenwendungen der FUTURA LT auf den Innenseiten

Die Tabelle zeigt eine Auswahl der Schriftschnitte für die Innenseiten im Bereich Gestaltung. Schriftgröße und Farbgebung können variieren. Dazu weitere Informationen unter den einzelnen Formaten im Kapitel Publikationen.

Futura LT Light	Futura LT Light Oblique	Futura LT Book	Futura LT Book Oblique	Futura LT Medium	Futura LT Medium Oblique	Futura LT Bold	Futura LT Bold Oblique
Fließtext	Sublines			Hervorhebungen		Hervorhebungen	
Bulletpoints				Bulletpoints		Webadressen	
Adressen						Firmierung	

TYPOGRAFIE

Schriftenwendungen – Fließ- oder Mengentext

Um eine offene und luftige Wirkung hervorzurufen, wird bei den Jugendbildungszentrum Blossin e.V.-Publikationen für den Mengentext die Futura LT Light verwendet. Löcher, die durch den Blocksatz entstehen können, sind zu vermeiden. Dazu kann die Schrift bis zu – 25 % oder +5 % (InDesign-Angaben) spationiert werden. Hierbei spielt ein optisch ausgewogener Satz eine große Rolle.

SCHRIFTGRÖSSE FÜR DEN FLIESSTEXT

Din Lang	DIN A4	DIN A3	DIN A2
09 pt	09 pt	?? pt	?? pt

Futura LT

Lrem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus.

Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus. Nullam accumsan lorem in dui. Cras ultricies mi eu turpis hendrerit fringilla. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In ac dui quis mi consectetur lacinia. Nam pretium turpis et arcu. Duis arcu tortor, suscipit eget, imperdiet nec, imperdiet iaculis, ipsum. Sed aliquam ultrices mauris. Integer ante arcu, accumsan a, consectetur eget, posuere ut, mauris. Praesent adipiscing. Phasellus ullamcorper ipsum rutrum nunc. Nunc nonummy metus. Vestibulum volutpat pretium libero. Cras id dui. Aenean ut eros et nisl sagittis vestibulum. Nullam nulla eros, ultricies sit amet, nonummy id, imperdiet feugiat, pede.

TYPOGRAFIE

Schriftenwendungen – im Bereich Office und Web

Die Futura LT soll langfristig für alle Printmedien und alle Anwendungen wie Broschüren, Flyer, Einladungskarten etc. genutzt werden, um ein einheitliches Schriftbild zu garantieren. Bei allen Office-Anwendungen, im Multimedia- und Onlinebereich kommt die Arial zum Einsatz, deren weltweite und systemübergreifende Verbreitung bei allen Betrachtern eine unveränderte Darstellung garantiert.

Für die Elemente der Geschäftsausstattung gibt es vorbereitete Vorlagen, um im Hinblick auf die Gestaltung ein einheitliches Bild aller Verwaltungen zu gewährleisten. Als Schrift innerhalb dieser Vorlagen wird die Arial überall dort verwendet, wo eine Implementierung der Futura LT nicht möglich oder nicht sinnvoll ist. Im Bereich Office wird in Fließtext die Schriftgröße 11 verwendet.

Arial Regular 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Arial Italic 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Arial Bold 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

Arial Bold Italic 1234567890!§\$%&/(=)?@ß

SCHREIBWEISEN

Datum

Das Datum wird stets so weit wie möglich ausgeschrieben, zum Beispiel 1. November 2014. Dabei steht vor einstelligigen Tagen keine „führende Null“ (also zum Beispiel nicht: 01. Nov. 14).

Rufnummern

Rufnummern werden nach DIN 5008 in nationaler Schreibweise angegeben. Die Vorwahl wird von der Rufnummer durch ein Leerzeichen getrennt, eine Durchwahl durch einen Bindestrich ohne Leerzeichen.

Beispiel: 030 123456-78

Bei internationaler Korrespondenz kann die internationale Vorwahl angegeben werden, die Null der Ortsvorwahl wird durch ein Leerzeichen ersetzt. Beispiel: +49 30 123456-78

E-Mail-Adressen

E-Mail-Adressen sollten im Format (erster Buchstabe Vorname.nachname@blossin.de) v.nachname@blossin.de vergeben werden. Korrekt ist nur die Schreibweise „E-Mail“.

Internetadresse

Auf jeglicher Korrespondenz verwenden wir statt <http://www.blossin.de> die Schreibweise www.blossin.de

IBAN Code

IBAN DE12 3456 7890 1234 5678 90

BIC (SWIFT)

BIC ABCDEFGH

Mengenangaben

1.000 Euro (im Fließtext)

1.000 € (in Tabellen / Grafiken)

€ / Monat

10 %

Diverse Schreibweisen

Mo, Mi, Fr: 10 – 18 Uhr; Mo – Fr

beispiel@blossin.de

E-Mail:

Telefon:

Fax:

Internet:

Adressat

Firma

Straße

XXX Ort

ABSATZ

Absätze sind durch eine Leerzeile zu setzen. Da je nach Mediumsgröße der Satzspiegel und das Gestaltungsraster, variiert auch der Absatz im Verhältnis zur Mediumsgröße.

AUSZEICHNUNGEN

Auszeichnungen sind in der Futura LT Medium (für Office und Web Arial Regular) und zu setzen. Die Schriftgröße passt sich dem Fließtext an. Webadressen, die im Text hervorgehoben werden sollen, sind in Blossin-blau zu setzen (Futura LT Bold, in Office und Web Arial Bold). Die Schriftgröße passt sich dem Fließtext an. Nach Möglichkeit sollten die Webadressen nicht getrennt werden. Ist dies unvermeidlich, kann dies nach einem / oder - geschehen. Bitte keine zusätzlichen Trennstriche.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.

Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium.

Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, port-

enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi.

Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem.

Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus.

titor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Ee erat at massa. Sed cursus turpis vitae tortor. Donec posuere vulputate arcu. Phasellus accumsan cursus velit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; verra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean www.blossin.de

Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg.

Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen.

AUFZÄHLUNG

Aufzählungen werden vom übrigen Text am Ende durch einen Absatz abgesetzt. Ist die Aufzählung inkl. Einleitung als Satz zu verstehen, sind Kommas am Ende eines jeden Aufzählungspunktes zu setzen (Ausnahme sind lange Aufzählungen, die man auch durch eine Leerzeile trennen kann.) Es wird kein Komma gesetzt, wenn die Teile der Aufzählung verbunden sind (und, oder, sowie ...), der einleitende Satz mit einem Doppelpunkt abschließt (siehe Beispiel) oder ganze Sätze bilden.

Die eigentliche Aufzählung ist in Schriftschnitt und -größe dem Fließtext angepasst. Sie ist jedoch um mind. 5 mm eingerückt, da sich dem Aufzählungspunkt ein Doppelpfeil voranstellt.

Für den Officebereich und div. Ausnahmen bietet sich die Variante 2 an. Die Punkte werden mit dem Zeichenformat „Headline“ im Farbton „Blossin-blau“ gesetzt. In zweiter Ebene werden kleine Aufzählungsstriche empfohlen. Diese passen sich in Größe und Farbe dem übrigen Text an.

Es wird empfohlen das Aufzählungszeichen innerhalb einer Publikation einheitlich zu gestalten.

Variante 1

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis.

- >> Aufzählungspunkt 1
- >> Aufzählungspunkt 2
- >> Aufzählungspunkt 3
 - Aufzählung zweite Ebene 1
 - Aufzählung zweite Ebene 2

Variante 2

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis.

- Aufzählungspunkt 1
- Aufzählungspunkt 2
- Aufzählungspunkt 3
 - Aufzählung zweite Ebene 1
 - Aufzählung zweite Ebene 2

BILDSPRACHE

Titel

Im Titel wird immer mit großformatigen Bildern im Hintergrund gearbeitet. Sie stellen einen wichtigen Bezug zum Inhalt des Printprodukts dar. Bei der Wahl für das Hintergrundbild ist auf eine natürliche, realistische und ästhetische Darstellungsweise zu achten. Vorzugsweise eine Aufnahme im direkten Bezug auf die jeweilige Welt oder das Jugendbildungszentrum an sich. In Ausnahmefällen kann auf das Hintergrundbild verzichtet werden und durch den Farbverlauf ersetzt werden.

Innen

Bei der Auswahl der Bilder sollte auf qualitativ hochwertige, realistische und natürlich anmutende Fotos geachtet werden.

Allgemein

Bilder für die verschiedenen Welten folgen jeweils einem Leitsatz:

»» Lernwelt – „Natürlich lernen!“

Aus diesem Satz leiten sich folgende Bildeigenschaften ab: Die Bilder sind stets interessant, bildend und Neugier weckend; und das unabhängig davon, ob eine Personen mit im Bild abgebildet wird oder nicht. Vorzugsweise sollten Bilddaten vom Gelände und mit Personen verwendet werden.

»» Tagungswelt – „Natur macht Meetings kreativ!“

Aus diesem Satz leiten sich folgende Bildeigenschaften ab: Die Bilder sind stets einfach und kommunikativ; und das unabhängig davon, ob eine Personen mit im Bild abgebildet wird oder nicht. Vorzugsweise sollten Bilddaten vom Gelände und mit Personen verwendet werden.

»» Erlebniswelt – „Mittendrin im Leben!“

Aus diesem Satz leiten sich folgende Bildeigenschaften ab: Die Bilder sind stets warm, dynamisch und begeisternd; und das unabhängig davon, ob eine Personen mit im Bild abgebildet wird oder nicht. Vorzugsweise sollten Bilddaten vom Gelände und mit Personen verwendet werden.

BILDERWELT ALLGEMEIN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.



BILDERWELT ALLGEMEIN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa.

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.



BILDERWELT ERLEBNISWELT

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.



BILDERWELT LERNWELT

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.



BILDERWELT TAGUNGSWELT

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

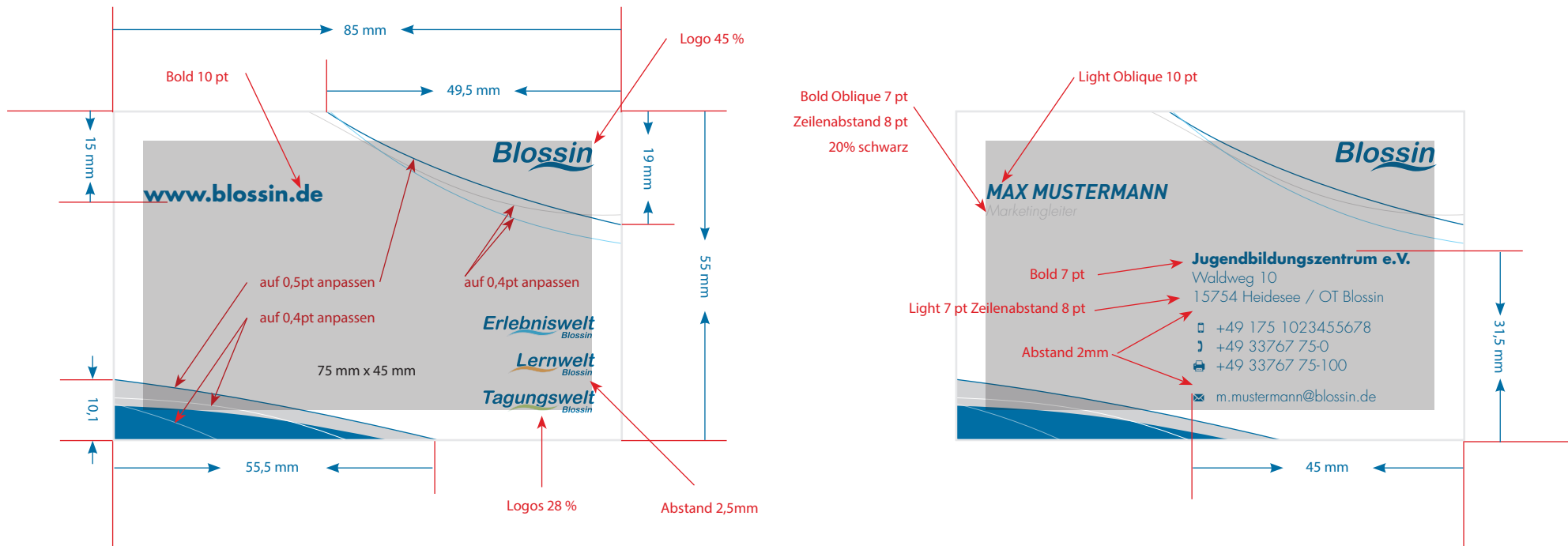


CORPORATE-DESIGN-MANUAL

Publikationen

VISITENKARTEN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.



KOPFBOGEN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.

Rastereinteilung

Raster

Grundlinienraster

Farbe:

Anfang:

Relativ zu:

Einteilung alle:

Anzeigeschwellenwert:

Dokumentraster

Farbe:

Horizontal

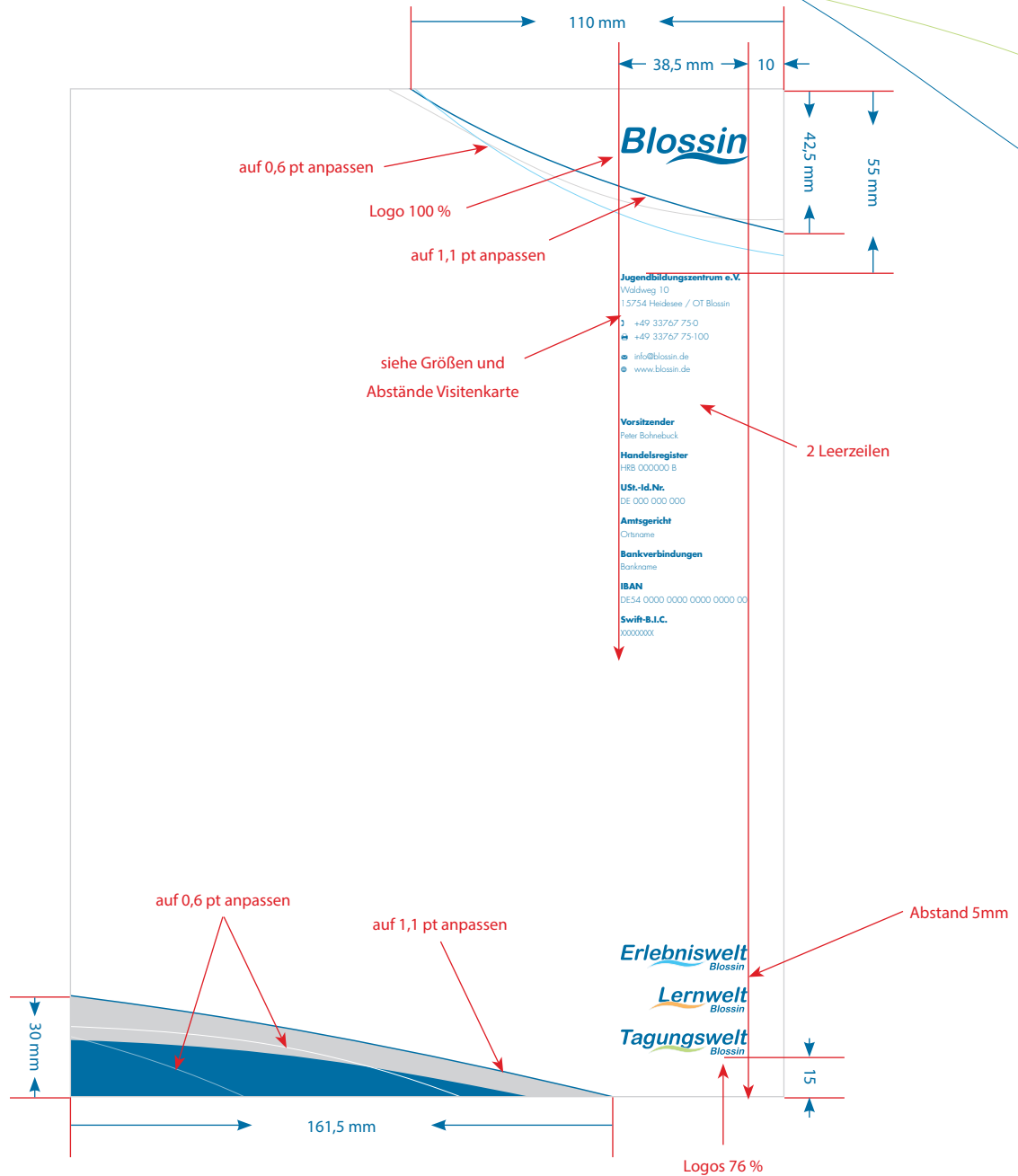
Rasterlinie alle:

Unterbereiche:

Vertikal

Rasterlinie alle:

Unterbereiche:



FLYER DIN LANG QUER – UMSCHLAGSEITEN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.



MERCHANDISING UND GIVE-AWAYS

Zum Beispiel:

T-Shirts

Caps

Kugelschreiber

Luftballons

Frisbee-Scheiben

Bei Give-Aways und Merchandising-Produkten wird – aus Kostengründen – in der Regel das 1-farbige Dachlogo Blossin verwendet. Maßgabe ist die Verwendung in Vollfarbe auf hellem Grund. Wo sich ein dunkler Untergrund nicht vermeiden lässt, erscheint es in der Negativvariante (weiß).

Rückseite (Logo negativ)



Rückseite (Logo 1-farbig)



Blossin

Jugendbildungszentrum e.V.

Waldweg 10

15754 Heidesee / OT Blossin

📞 +49 33767 75-0

📠 +49 33767 75-100

✉ info@blossin.de

🌐 www.blossin.de