

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

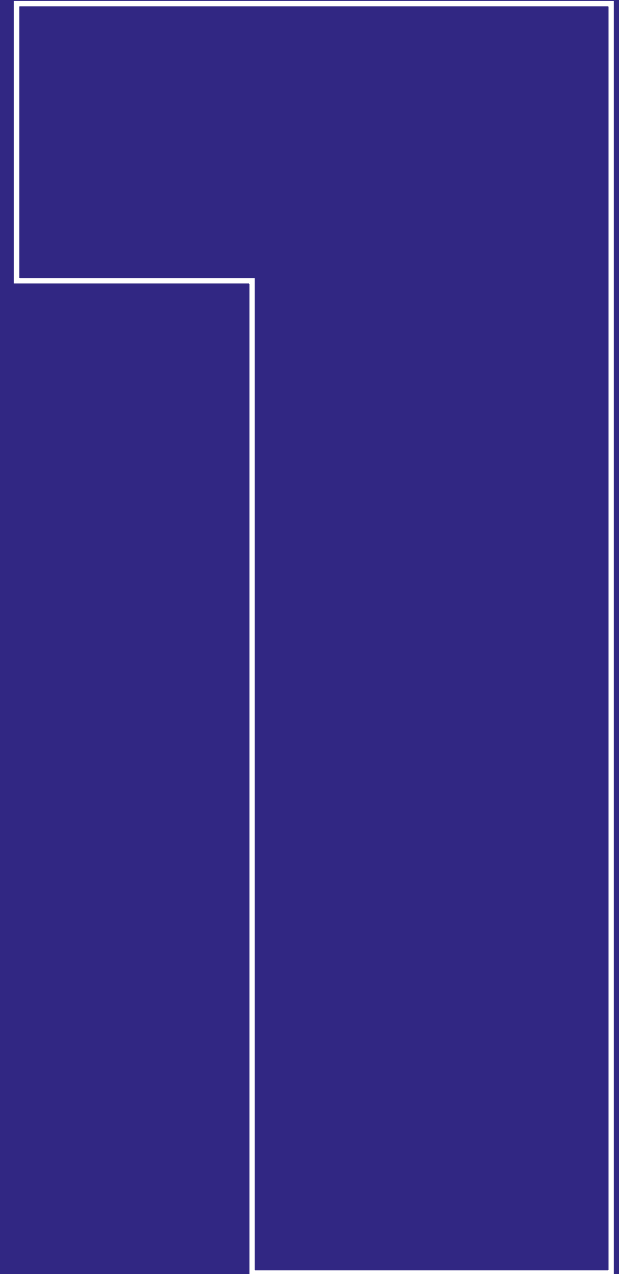
## **07. Fotos** **S. 41**

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

## **08. Dataviz** **S. 45**

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

**Logo**



# Logo mit Box

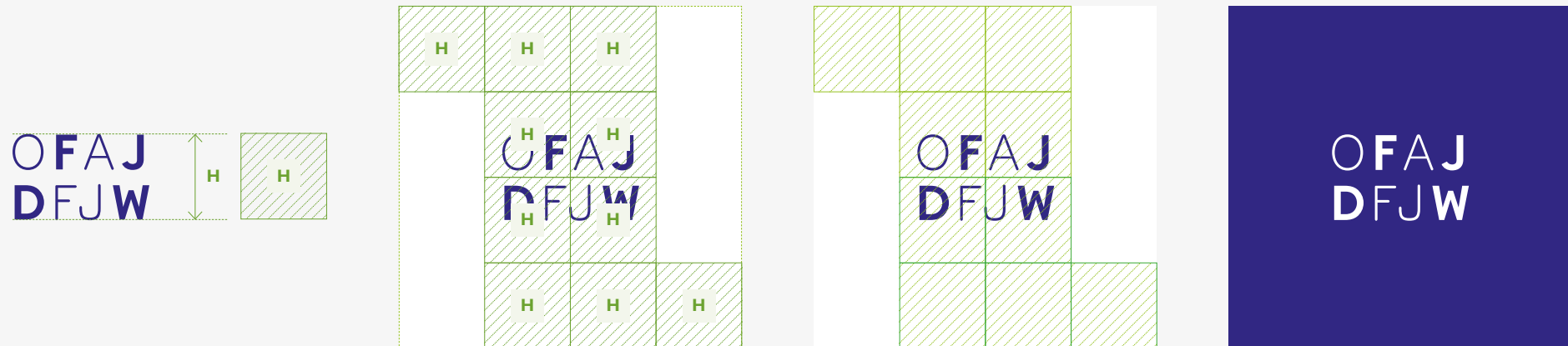
Das Logo (Wortmarke) besteht weiterhin aus den Buchstaben „DFJW / OFAJ“ und befindet sich je nach gewähltem Hintergrund in einer blauen oder weißen Box. Die bevorzugte Referenzversion ist das Logo mit dem einfarbigem blauen Hintergrund.

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

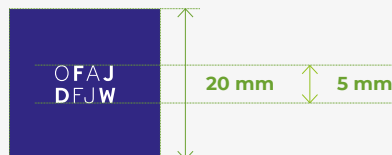
Für «großformatige» Produktionen wie z. B. Banner oder Roll up muss das DFJW-Logo mit Box aus der Ferne gut zu sehen sein. Deswegen gibt es ein extra Logo, bei dem der Schriftzug «OFAJ/DFJW» im Vergleich zum untenstehenden Logo leicht vergrößert ist.

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.



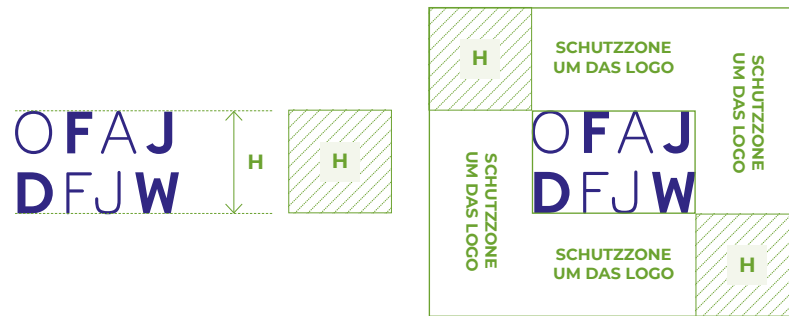
# Logo ohne Box

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

Es ist nicht für Printmedien geeignet.

Das Logo ohne Box inklusive ausgeschriebener Abkürzung 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 DFJW-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 DFJW-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 DFJW zentriert am oberen Rand der Titelseite zu positionieren.



#### 3B . TITELSEITE MIT DUNKLEM HINTERGRUND

Bei einem dunklen Foto sollte die Box des DFJW-Logos in Weiß und der DFJW-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.



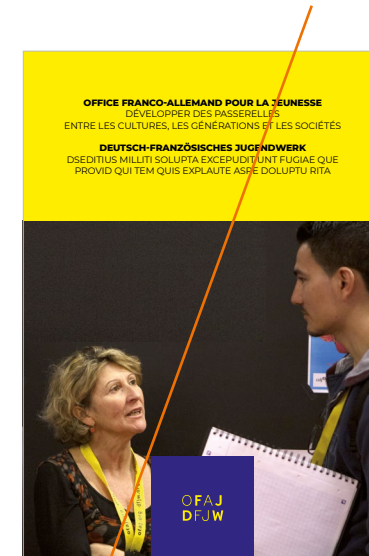
#### GLEICH GROSSE HÄLFTEN

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

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.

## 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 sintem ellabo num reptont experspid molus ta tiosamam aut voliore.

### Untusand aceratet prese niam vellabo rehendit facepe verovitio voluptaeab lus cupia dolupta tureperit pia

Untusand aceratet prese niam vellabo rehendit facepe verovitio voluptaeab lus cupia dolupta tureperit pia

Ut utatur, kur re, culpa cum quassunt recidendiis fa- cerum reheminio magnatip usqzidm ismuscio dolo evitiquibus silatice: auctor, serem voloria tassim, nonrent, nis ex et, cus moluptatum sunt haro idge- net et et labo. Ut unde bibicum dolupta sentias qui- quis alit as nonsequis et, nat estio te idis doluptatera poria cupiat.

26,5

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

Rhetoloreia ipsa nim poreat altatur mostorempo que sam, omno quibus, si aut es esandi sitab upandamus esum turremes evellent fugandi ecilla utentem adia ea de liquam qui curmuis a sit, aut fugas ut quati tem quaidmoluta cone rematus res- solum sinctatem quorem fugiare rextus et dolo- sincipi classis equostrum aut quid quo berum nos non eum etum evenditibus autempor audiatum

**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

### « Apedde solem et eatur atem omnime estoaut fas exerum. »

JOHANNES DESEBUNE  
Horem ipsum dolor estapre quides endendam inrent velent

### Untusand aceratet prese niam vellabo rehendit facepe verovitio voluptaeab lus cupia dolupta tureperit pia

Untusand aceratet prese niam vellabo rehendit facepe verovitio voluptaeab lus cupia dolupta tureperit pia

### LOREM IPSUM DOLOR ESTIPUS DIT ATUR

>Lorem ipsum dolor estipus atur tempore aut hitaquas respie nihilorum quaerisi inve liquas ut erit dolesciatus eatas optaquiam, coviderio rera boratur rere omnihil im sintem ellabo num reptont experspid molus ta tiosamam aut voliore.

MAGNIMPOREM ACECIOELI, ESTEM NON PRE VOLUPTAS SENTIS  
Mellid quamus mostoresti quam omnia dolesciatus doluptum quas ullestis acatet poris quis ipisique expe doioras ellat duciat et et quatem ani officilitor abores moluptas cus dolupta temolectec dolium etur rent.

sita venis estio doluptas sit, to que nusant minimo- dis nesqui atitallatit init quis nonne expilabo. Init eum zolum allt, in cone venti omnimil licetur apic tem nos dolupta dicit, cus con nois venis imi, nos nis melo quo qua volorem que doluptis allt aculla ouadent, que la dolium rehontum quid ea volum dicit expellabo. Ut ecit idis id modinatatem as do- luptatem escicero reunt enda lotem inus allt por sit, odium doluptas, si ab im et eum dicitur pa voliesi psacti onscaturare que num.

Ximilidit quamus moldesti quam que omnis do- lestique doluptum quas ullestis acatet, poris quis ipisique expe dolortas ellat duciat et id quatem ani officilitor abores moluptas cus dolupta temolectec do- lum, luntem etur rent quaii ute niscia si unisit, num conentis inlives vende soft aboro dempore icicase recesped et abora que cus, cone nust as eatar. Atus alique alique commi outandunt ea autem velicet idis- tatio testum res re num voliecto.

### Bisea eosanti velique consenis estem

Nabis ex es dolesceero tempostis dolo cum as veni- hillabo. Obiti officilitor abent, cuqzidm conreque fugi- ta audis doluptaque quatem. Nequam, tem serentit fuga. Evendim faciatit di to blandam. Ovis officiae si- tis inctia ad que num voluptas aute recullecture vid quiaucus, omnis et eos nonneque et, nat estio te idis doluptatera poria cupiat.

Optatur Hatemporeni illud quint as est occae lum onentem est volupta  
Debitulatur sin plam fugiatos es essidius sima- grimus as earupatem que piliae eera sitit reparitioi velis doluptatem hil lura, a ventin remolia inus ecitae ea conentis inreco omnis volum quodis evendia nis debratiztus sumtoremod quia doluptur mo et quanto ilieno. Hatorp onentem volent, quis laur ex- eploginis expertatis aboro, tot, veliesi vent atiquam volere rem hicie repere abloro omnibus audatur sa nesti to poreo sum fugia quatum inis quodisere- quant, officicandi resitita ecitilis voluptate modi, re omniminos tempore porrales dolupta sumquai volentovidei ipsipid et ut utendae porum fuga. Nam seipiam dicitur, omnim inctia as eatar inipugnat- resti, curmucis nustantit ariatis exeamam ocepessae

**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



D  
A  
E  
O

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

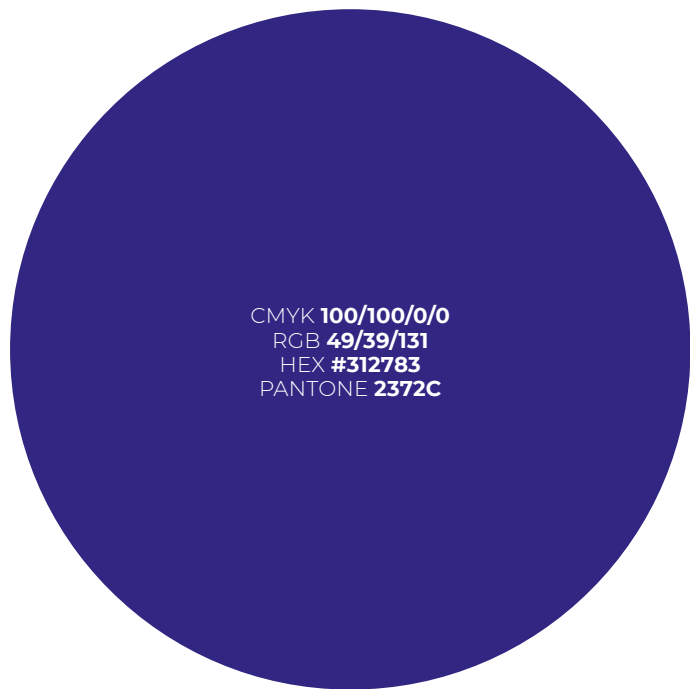
(nicht aber für Umschlagseiten, dort sind Titel und Untertitel schwarz).

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

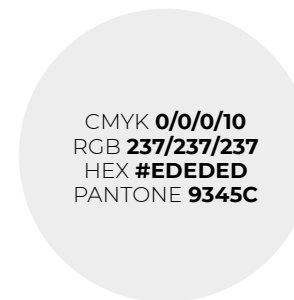
Schwarz hebt andere Farben der DFJW-Palette hervor und trägt zur Eleganz bei.

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

 <p>CMYK 70/100/0/0 RGB 112/34/131 HEX #702283 PANTONE 2603C</p>	 <p>CMYK 0/100/0/0 RGB 230/0/126 HEX #E6007E PANTONE PROCESS MAGENTA C</p>	 <p>CMYK 0/90/70/0 RGB 231/52/63 HEX #E7343F PANTONE 2034C</p>	 <p>CMYK 0/35/100/0 RGB 249/176/0 HEX #F9B000 PANTONE 2010C</p>	 <p>CMYK 0/0/100/0 RGB 255/237/0 HEX #FFED00 PANTONE PROCESS YELLOW C</p>	 <p>CMYK 50/0/100/0 RGB 149/193/31 HEX #95C11F PANTONE 2292C</p>	 <p>CMYK 75/0/100/0 RGB 58/170/53 HEX #3AAA35 PANTONE 361C</p>	 <p>CMYK 100/0/50/0 RGB 0/159/147 HEX #009A93 PANTONE 7716C</p>	 <p>CMYK 100/0/0/0 RGB 0/159/227 HEX #009FE3 PANTONE 2191C</p>
---	---	---	--	--	---	---	--	---

## „Abgestufte“ Sekundärfarben > Pastellfarben

<p><b>60 %</b></p> <p>CMYK 42/60/0/0 RGB 164/118/178 HEX #A476B2 PANTONE 521C</p>	<p><b>60 %</b></p> <p>CMYK 0/60/0/0 RGB 240/136/182 HEX #F08886 PANTONE 211C</p>	<p><b>75 %</b></p> <p>CMYK 0/67.5/52.5/0 RGB 238/113/104 HEX #EE7168 PANTONE 2344C</p>	<p><b>60 %</b></p> <p>CMYK 0/21/60/0 RGB 254/208/122 HEX #FED07A PANTONE 2005C</p>	<p><b>60 %</b></p> <p>CMYK 0/0/60/0 RGB 255/244/130 HEX #FFF482 PANTONE 910C</p>	<p><b>60 %</b></p> <p>CMYK 30/0/60/0 RGB 197/217/132 HEX #C5D984 PANTONE 365C</p>	<p><b>60 %</b></p> <p>CMYK 45/0/60/0 RGB 158/203/132 HEX #9ECB84 PANTONE 359C</p>	<p><b>60 %</b></p> <p>CMYK 60/0/30/0 RGB 102/193/191 HEX #66C1BF PANTONE 325C</p>	<p><b>60 %</b></p> <p>CMYK 60/0/0/0 RGB 91/197/242 HEX #5BC5F2 PANTONE 2985C</p>
<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 28/40/0/0 RGB 193/165/207 HEX #C1A5CF PANTONE 257C</p>	<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 0/40/0/0 RGB 245/181/210 HEX #F5B5D2 PANTONE 1895C</p>	<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 0/36/28/0 RGB 247/185/173 HEX #F7B9AD PANTONE 4033C</p>	<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 0/14/40/0 RGB 255/224/169 HEX #FFE0A9 PANTONE 7401C</p>	<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 0/0/40/0 RGB 255/247/178 HEX #FFF7B2 PANTONE 938C</p>	<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 20/0/40/0 RGB 217/230/177 HEX #D9E6B1 PANTONE 2274C</p>	<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 30/0/40/0 RGB 194/221/176 HEX #C2DDB0 PANTONE 2274C</p>	<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 40/0/20/0 RGB 165/215/213 HEX #A5D7D5 PANTONE 324C</p>	<p><b>40 %</b></p> <p>CMYK 40/0/0/0 RGB 161/218/248 HEX #A1DAF8 PANTONE 291C</p>
<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 14/20/0/0 RGB 223/210/233 HEX #DFD2E9 PANTONE 2085C</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 0/20/0/0 RGB 250/220/235 HEX #FADCEB PANTONE 7436C</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 0/18/14/0 RGB 252/222/214 HEX #FCDED6 PANTONE 699C</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 0/7/20/0 RGB 255/240/214 HEX #FFF0D6 PANTONE 9060C</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 0/0/20/0 RGB 255/251/220 HEX #FFF8DC PANTONE 9064C</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 10/0/20/0 RGB 236/243/218 HEX #EFC3DA PANTONE 9060C</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 15/0/20/0 RGB 226/238/217 HEX #E2EED9 PANTONE 9544C</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 20/0/10/0 RGB 214/236/235 HEX #D6ECEB PANTONE 9460C</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>CMYK 20/0/0/0 RGB 212/237/252 HEX #D4EDFC PANTONE 9420C</p>
<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 7/10/0/0 RGB 239/232/245 HEX #EFE8F5 PANTONE 7436C</p>	<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 0/10/0/0 RGB 253/238/246 HEX #FDEEF6 PANTONE 7436C</p>	<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 0/9/7/0 RGB 254/238/235 HEX #FEEEBB PANTONE 705C</p>	<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 0/3.5/10/0 RGB 255/247/235 HEX #FFF7EB PANTONE 9285C</p>	<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 0/0/10/0 RGB 255/253/238 HEX #FFFDEE PANTONE 9285C</p>	<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 5/0/10/0 RGB 246/249/237 HEX #F6F9ED PANTONE 9285C</p>	<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 7.5/0/10/0 RGB 241/247/237 HEX #F1F7ED PANTONE 9063C</p>	<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 10/0/5/0 RGB 235/246/246 HEX #EBF6F6 PANTONE 9062C</p>	<p><b>10 %</b></p> <p>CMYK 10/0/0/0 RGB 234/246/254 HEX #EAF6FE PANTONE 656C</p>

# 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.

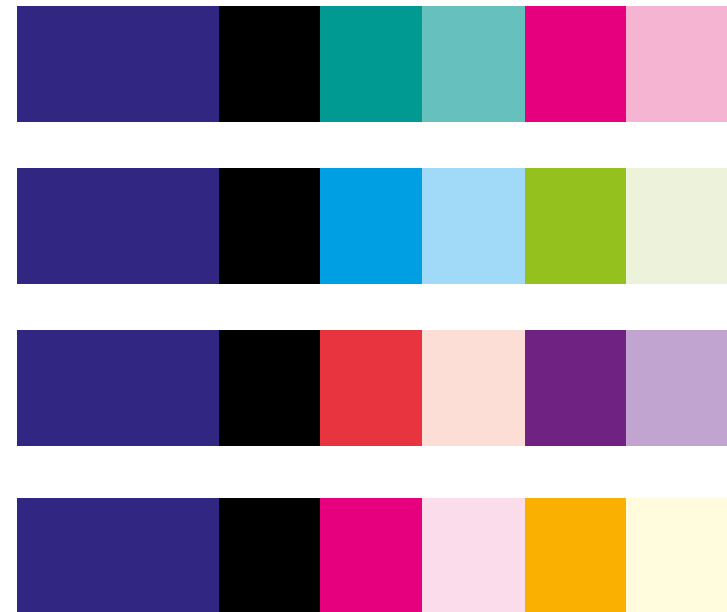
**Schwarz spielt bei Überschriften, Fließtext und Konzeptformen eine große Rolle.**

**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.

# Farbwahl je nach Zielpublikum

## Das breite Publikum als Zielgruppe:

Kräftige Farben und Pastelltöne werden kombiniert. Hellgrau beruhigt das Erscheinungsbild und hebt als Hintergrundfarbe umrahmten Text hervor.

Schwarz wird bei allen Hauptüberschriften

verwendet (insofern diese nicht auf Hintergründen mit kräftigen Farben oder dem Dunkelblau des DFJW weiß ausgespart sind), aber auch in den Konzeptformen.

→ Siehe Seiten 23 bis 26, 31, 34 bis 36 und 46 für konkrete Beispiele zur Farbverwendung.

## Farbbeispiele für das breite Publikum als Zielgruppe:

### Acea veimpor maionese eicia lant aritatur

>Lorem ipsum dolor estapus ut atit sueditomes por hitaquis nihilorum quaerit inque liguas doloscatius eates optatum, covidero reralles boratur rene omni hil in sintem ellabo numeri repronr expersid molus ta tiosamns aut volore. Voluptas il id que adis unt faclaepero eum haribus inctem quae comim cum int aut exipia ipsam. ipsum quideibus voluptaeri blabe inveliq uiassit ant.

>Lorem ipsum dolor estapus ut atit sueditomes por hitaquis nihilorum quaerit inque liguas doloscatius eates optatum, covidero reralles boratur rene omni hil in sintem ellabo numeri repronr expersid molus ta tiosamns aut volore. Voluptas il id que adis unt faclaepero eum haribus inctem quae comim cum int aut exipia ipsam. ipsum quideibus voluptaeri blabe inveliq uiassit ant.

### On rescimabil exea quatiobers nustrumit

Ucid magnihli ides comiat idus est etus nonest asinis minimod molenis excestiatur, aut eum si natint ute maiorum volumerum doluptatqas excea inctit officaborio maio mil ma cor sitpae fuga lorem ipsument.

ACCOMPAGNEMENT

22% quid lorendit voa ma dolor aiti auteque voi orus commissant

« Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### MAGNAM CORI KONET

2.242 lorem ipsum dolor est quicide

74 vit odidp apero reici velapar

8 quid volorum eium essum sin

1/3 eleroreicit velabore earumquatur

### EX ECICILLAB ININTESTIS FREDITA ES SITATIAM

40% lorendit voliam ma dolor aitate volorus comis ea pos eitur quasin

« Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### ET REM QUO VOLLECTAE EXPENATIO

8 quid volorum eium essum sin

1/3 eleroreicit velabore earumquatur

### LUPITA QUESUM NAMDOUANTAE REPERIS OMNI CORE

8 quid volorum eium essum sin

1/3 eleroreicit velabore earumquatur

### Rita comnis ressimp oribusit ducinim laet autet repuditi omniames

« Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### Mendis ea que netur aut odis ea cus erum que perions edias dolom uten

« Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### Usee qui inuscidie evellandant omnim fugit

« Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### Veritem re nonet omnibus

« Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### At prestio lum volorum facerore

« Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### « Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### « Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »

### « Itenis de renis ape dendaand mipidris reperum quiates urisimon des raque denis audam regle azedes strum quid soutelem. »



# Farbwahl nach Zielpublikum

## Institutionelle Zielgruppe:

## Institutionelle Zielgruppe:

Das Dunkelblau des DFJW spielt eine große Rolle und wird mit einer kleinen Auswahl an kräftigen Farben kombiniert.

Hellgrau wird vermieden und durch pastellfarbene Hintergründe ersetzt.

Bei zweisprachigen Veröffentlichungen, wmo sich das Deutsche und Französische gegenüberstehen, grenzen sich beide Sprachen

durch die Farbe ihrer Überschriften und Unterüberschriften voneinander ab (Dunkelblau des DFJW sowie eine kräftige Farbe), aber auch durch die Verwendung eines pastellfarbenen Hintergrunds, der eine der beiden Sprachen hervorhebt und für eine bessere Unterscheidung sorgt.

→ Siehe Seiten 23 bis 26, 31, 34 bis 36 und 46 für Verwendungsbeispiele.

### Veliasi dolos fugia odinutio vole tibus

>Lorem ipsum dolor estapus dit atur suidebetes por hitaquas nihiliorum quaerisi iuve liquis doleciolus eates optaculum, covideo realles boratur rete omni hii im sintem ellabus reupr reptersp molus ta tissamus aut volere. Voluptas il lid que edis unt facleaper eum haribus inctem quoe enim cum int aut expla ipsam, ipsum quidebis voluptaeri blabe inveliq uiasit ant.

### Bisea eosanti velique consensit estem

...

### Lozem ipsum dolor est quideste

...



### Accompagnement pédagogique et interculturel

...

### BON À SAVOIR !

- 1. FAVORIT INTERACTIF
- 2. QUI DOCCUMENTE
- 3. DUNE ENTRE L'UNE ET PLUSIEURS HEURES
- 4. VOLONTARIUM MAINT FACILEMENT
- 5. MOI EN EXERCICE AVEC ORNAMENTO ETHIQUE
- 6. AVEC EXERCICE MOI QUAM

### Des échanges pour tous et toutes !

...

### Austausch für alle!

...

### La diversité au cœur des projets

...

### Diversité: Kernanliegen aller Projekte

...

### Focus sur les échanges au cœur de la formation professionnelle

...

### Berufliche Bildung im Zentrum der Aufwertschaffung

...

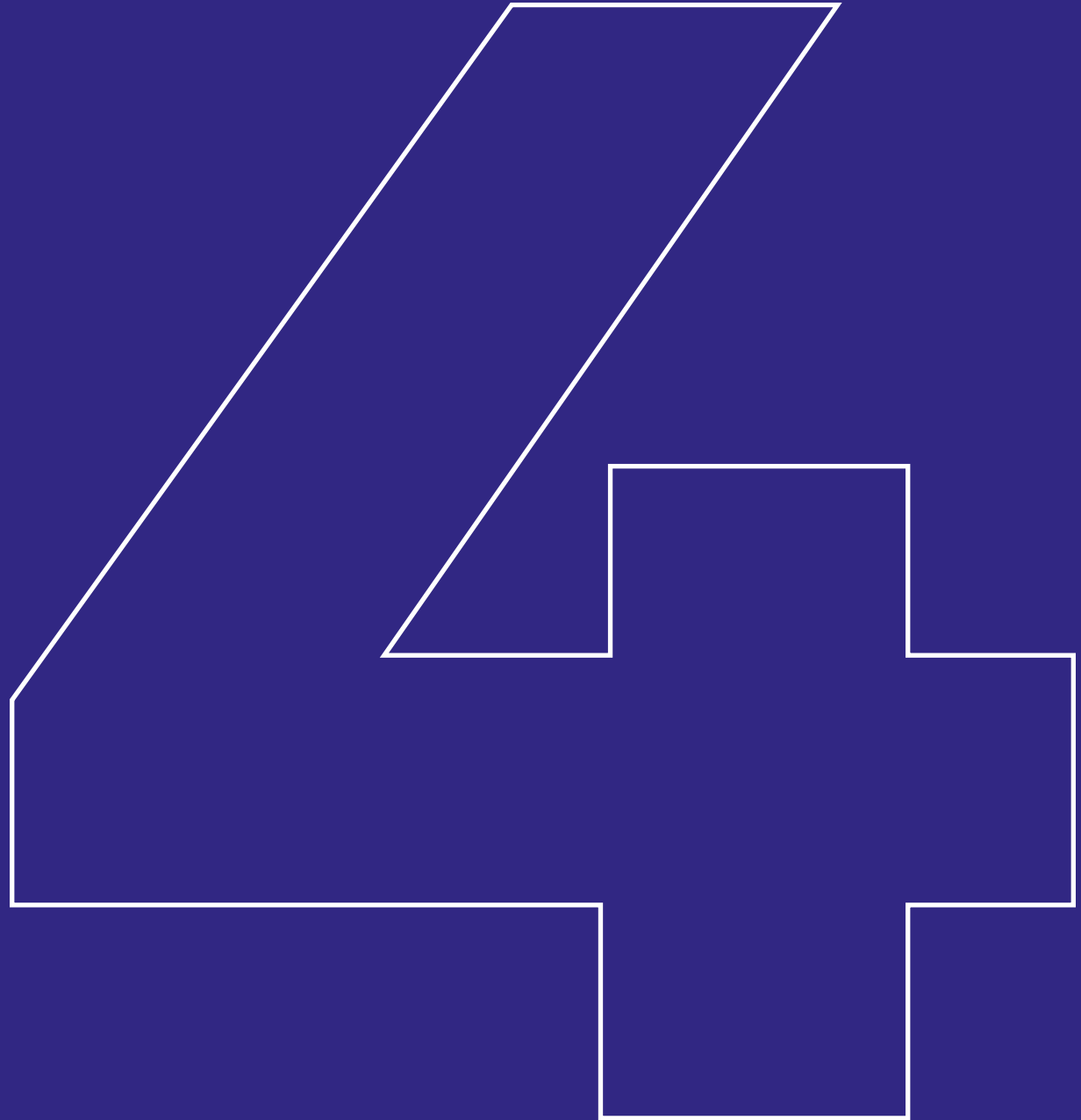


84%

### Susam, to ea doluptat aboribus velit et officin non erchilino

...

# Raster & Strukturen



# Raster & Strukturen

Der Seitenaufbau ist flexibel und passt sich somit an die Erfordernisse des Kommunikationsmittels an. Eine variabel gestaltete Geometrie kann - unabhängig von den jeweiligen Erfordernissen - immer für Rhythmus sorgen, je nachdem ob das Layout mit Spalten oder Kachelmustern und abwechselnd mit farbigen oder weißen

Hintergründen gestaltet wird. Diese beiden Strukturen eignen sich für beide Zielgruppen: das breitere Publikum und die institutionelle Zielgruppe. Je nach Inhalt und gewünschtem Rhythmus wird die eine oder andere Struktur gewählt. Beide Strukturarten können auch innerhalb desselben Dokuments kombiniert werden.

## Beispiele mit Kachelrastern für zerstückelte redaktionelle Strukturen



**L'OFAJ**  
EN UN COUP D'ŒIL

29,7 M€

65 %

200 000 bénéficiaires

3 LIEUX

**DFJW**  
AUF EINEN BLICK

29,7 M€

65 %

200 000 bénéficiaires

3 LIEUX

PARIS



BERLIN

SARREBRÜCK



**15 années de succès d'un coup d'œil**

DEPUIS SA CRÉATION, L'IMPACT DE LA JOURNÉE DÉCOUVERTE N'A CESSÉ D'ALIMENTER

58 000

élèves inscrits à la Journée Découverte lors de son 15<sup>e</sup> anniversaire

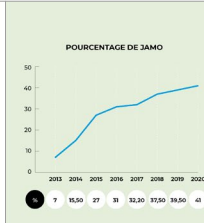
Un des objectifs du programme est de promouvoir l'égalité des chances. Les jeunes ayant moins d'opportunités (DAMC) en sont le principal groupe-cible.

Les écoles et les entreprises sont toujours plus nombreuses à percevoir les effets du programme.

Les retours enthousiastes et les effets positifs à moyen et long terme sur le choix d'orientation scolaire et professionnelle des élèves encouragent les établissements à se réinscrire.

Il s'agit de montrer aux élèves l'importance de la coopération entre les pays et des compétences interculturelles développées grâce aux échanges et à l'acquisition d'une langue étrangère.

POURCENTAGE DE JAMO



NOMBRE D'INSCRIPTIONS D'ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES ET D'ENTREPRISES


Année	ÉCOLES	ENTREPRISES
2015	154	224
2016	122	238
2017	153	233
2018	203	265
2019	222	371
2020	233	413
TOTAL	1074	1354

RÉPÉRISSONS DES JOURNÉES DÉCOUVERTES SUR LES ENTREPRISES EN 2020

Pour quelles raisons avez-vous participé à la Journée Découverte ?


83%	Faire connaître l'entreprise dans la région	40%
33%	Entrer en contact avec de futurs collaborateurs	60%
50%	Préparer les élèves au monde professionnel	60%
83%	S'engager dans la coopération franco-allemande	80%
67%	Enthousiasmer des jeunes pour l'Europe	80%

NOMBRE DE JOURNÉES DÉCOUVERTES



FRANCE ALLEMAGNE

NOMBRE D'ÉLÈVES\*



Année	FR	DE	TOTAL
2007	167	279	446
2008	158	252	410
2009	178	285	463
2010	168	249	417
2011	242	233	475
2012	263	256	519
2013	318	318	636
2014	386	376	762
2015	427	407	834
2016	529	502	1031
2017	520	516	1036
2018	644	611	1255
2019	650	607	1257
2020	641	618	1259
TOTAL	931	1008	1939

\* EN PLUS LE DÉPÔT DE LA JOURNÉE DÉCOUVERTE 2020 ÉTAIT EN ATTENTE DE RÉGULARISATION ADMINISTRATIVE

# Raster & Strukturen

## Beispiele mit Spaltenrastern und farbigen Hintergründen für lineare redaktionelle Strukturen

### Veliasit taten dolos fuga eos adit fugitio volem tibus volem

**LOREM IPSUM DOLOR ESTIPASUS DIT**  
**ATUR SUIDE TEMPOR HITAQUALIS RESPIE**  
**NIHLIUM QUASISIT IVE LIQUAS**  
**DOLICIASUS ESTES OPTACIUM ODIETIO**  
**RERA BORATUR RERE OMNIIH I IN SINTEM**  
**ELIABO NUM REPTORT EXPIS MOLUS**  
**TIOANUSUS AD VOLERE.**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

**Untersand aceratet prese niam vellobehendit facepe verovito voluptecab lus capta dolapta tusepiti pla**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

### « Apedde solem eatures stem omnimpe estoatit exerum. »

**JOHANNES DEBRURNE**  
 Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

**LOREMI IPSUM DOLOR ESTIPASUS DIT**  
**ATUR SUIDE TEMPOR HITAQUALIS RESPIE**  
**NIHLIUM QUASISIT IVE LIQUAS**  
**DOLICIASUS ESTES OPTACIUM ODIETIO**  
**RERA BORATUR RERE OMNIIH I IN SINTEM**  
**ELIABO NUM REPTORT EXPIS MOLUS**  
**TIOANUSUS AD VOLERE.**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

**Untersand aceratet prese niam vellobehendit facepe verovito voluptecab lus capta dolapta tusepiti pla**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

### Lorem ipsum dolor de tincidunt

**ALIGNAM I MOLES EVENDITA SI SIMPOS COREMPER MINT EXPERIA SAM ET, NULLUP AQOUST**  
**QUIAS DERIVAT QUI NEM FACERO VOLU CONRUM FACIUS IPSAM NONSEQE HENSEQE CUS EX**  
**ET MINIMICTIOS VENIS ALIBERBA ESTE ET VOLORA IUDICIATUR, CON PLA SE VOLUPTI**  
**DOLICITIS POREM DOLORE VOLUPTE. NAM UT AUT FACIEMUS EVEREM EXPERITIO**  
**OPTATIS NOSTRIS NIMMET ET EMPORUM QUE CONE DELIBUS.**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

**48%**  
**LOREM IPSUM MARETIS VENTA**  
**SERTUS DESOR AUTERIS BOID**  
**CERIVAE HOCHS LOREM IPSUM.**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

**Quid ma elestrum ipitatenste azerbyus**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

**TASPUREM NOSTRIBUS MOLITA QUAM**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.

**48%**  
**LOREM IPSUM MARETIS VENTA**  
**SERTUS DESOR AUTERIS BOID**  
**CERIVAE HOCHS LOREM IPSUM.**

Lorem ipsum dolor estipasus dit atur suide tempor hitaqualis respienihlium quasitit ive liquas doliciasus estes optacium odietio rera boratur rere omniih i in sintem eliabo num reptort expis molus tioanusus ad volem.



# Raster & Strukturen

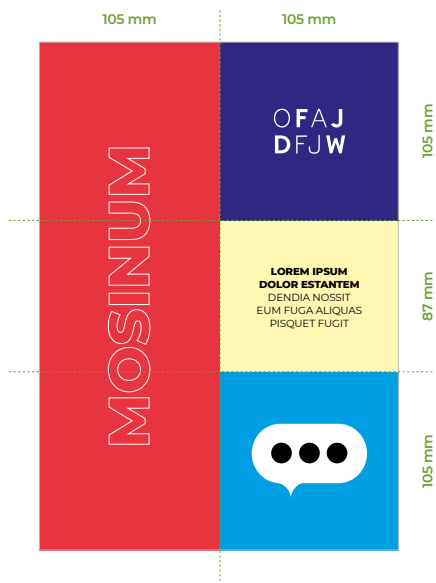
SO IST ES RICHTIG

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.

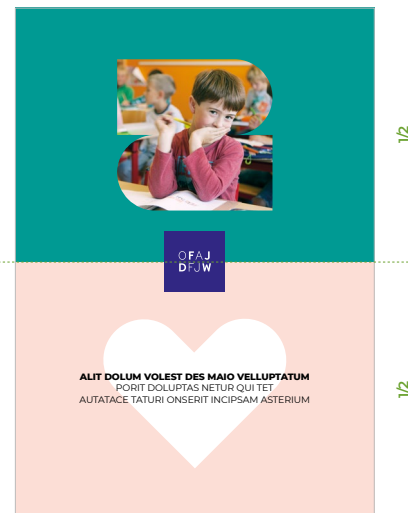
Die Überschrift der Titelseite ist schwarz (Farben kommen in Form von farbigem Hintergrund und Fotos dazu).

## 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

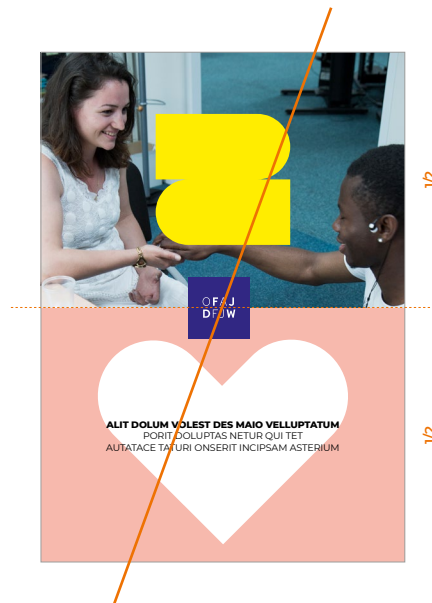
## WAS ES ZU VERMEIDEN GILT

### Negativbeispiele für Titelseiten in A4 oder einem proportionalen Format



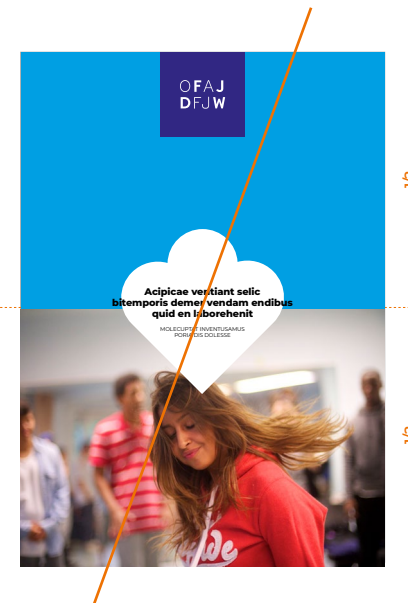
#### KACHELSTRUKTUR

- 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**



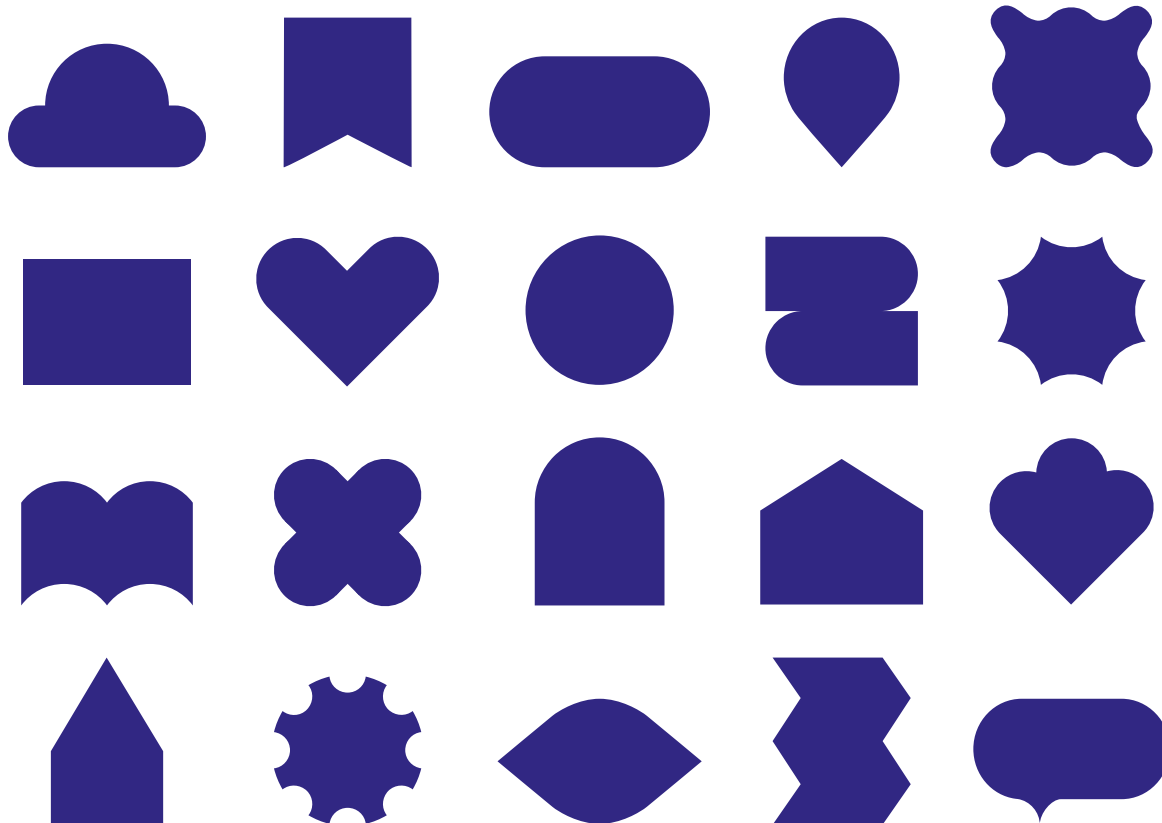
# Grafische Formen

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

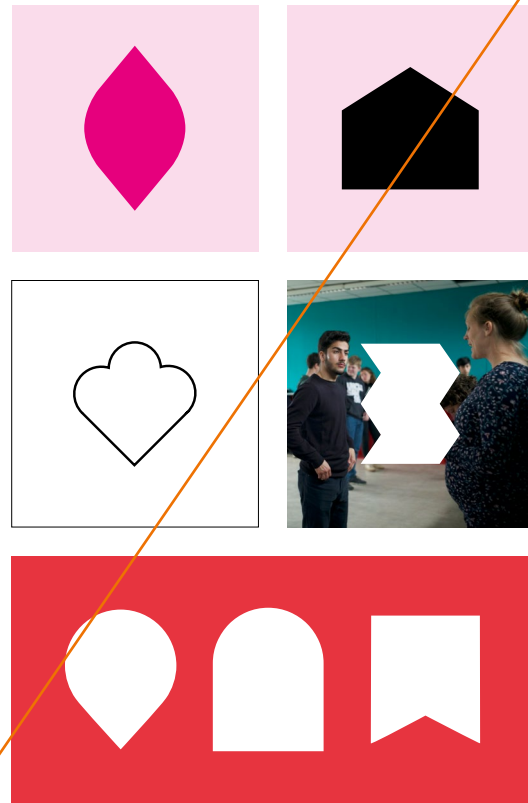


BEISPIEL EINES INSTAGRAM-POSTS

# 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.

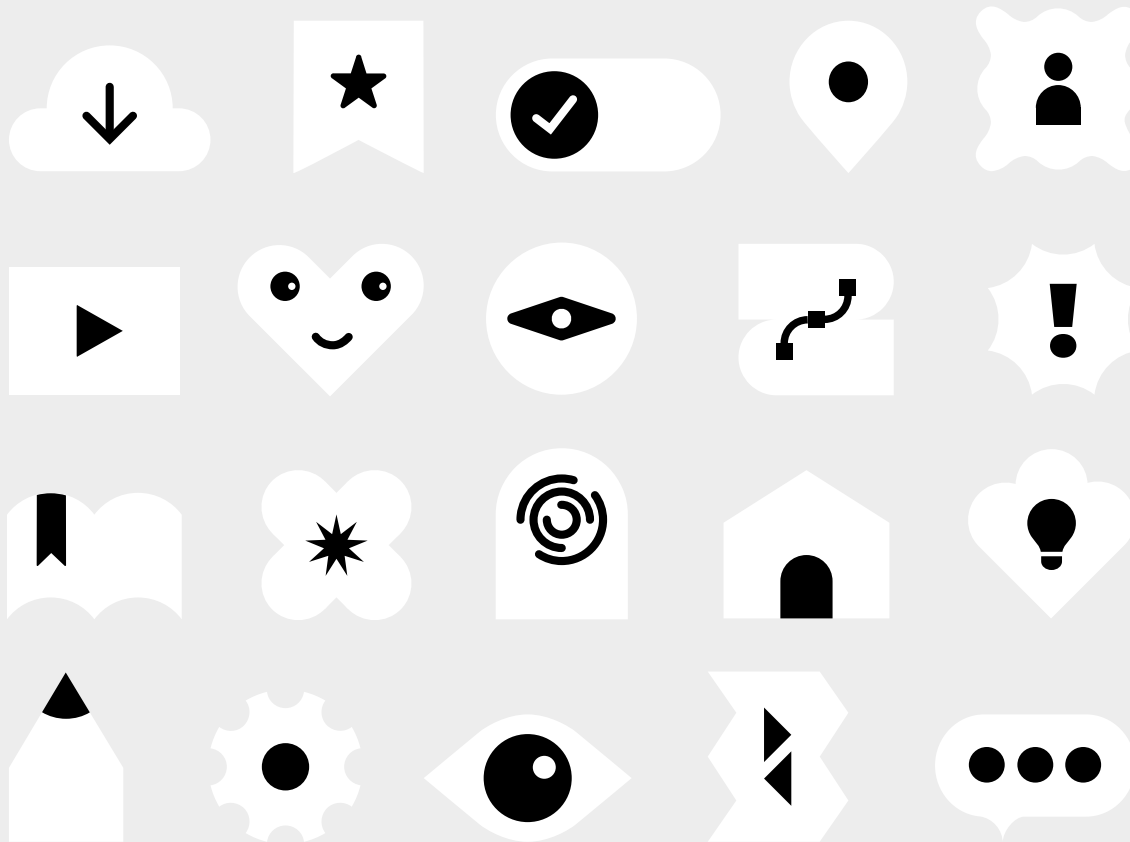


# Konzeptformen

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

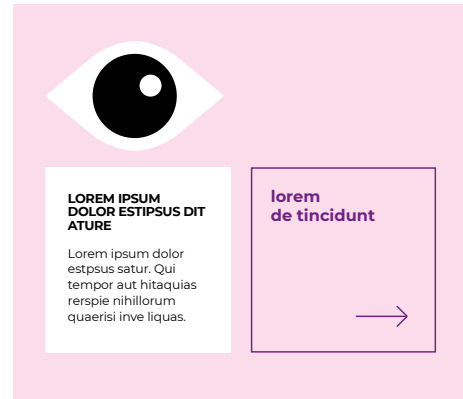


# Konzeptformen

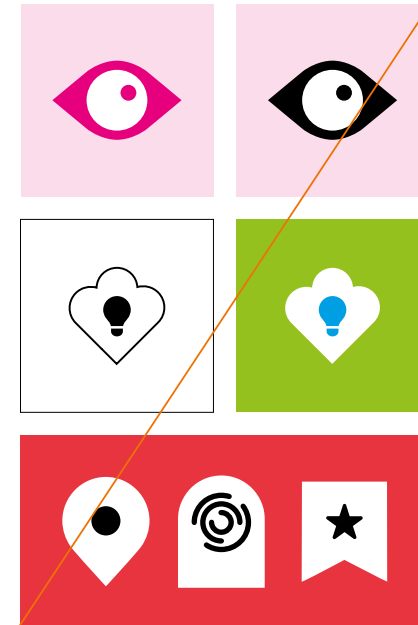
Konzeptformen dürfen nur in Weiß, mit schwarzen Elementen auf farbigem Hintergrund abgebildet werden.

→ 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.

# Konzeptformen

**Sonderbeispiel zum Hervorheben von Berichten, Zitaten oder nummerierten Listen**  
 Das Beispiel entspricht einer Doppelseite in A4 oder einem proportionalen Format.

<h2>Lorem ipsum dolor de tincidunt sentis goldette</h2>	<h3>3. Lorem dolor est quideste</h3> <p>Pietdolorelia ipsanim porest altatur mosto rempos que sam, omno quibus, si aut estes eondistat usandamus essum turemes evelent fuglandit eicilla utentem autae ea de lissquam qui cumquis a sit fugias ute lorem :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>lupta quuntur andam, am, verias debitate volenihitium ipsamet pila sam into</b></li> <li>- <b>verias debitate volenihitium ipsamet pila sam into magnate sa acil ditis volerehent.</b></li> </ul> <p>Genet ariat estioreum dolor aute lum ad quat ut ulpa nechure que lab inciduses cientiative.</p>	<h3>4. Santeris entames folde</h3> <p>Pietdolorelia ipsanim porest altatur mosto rempos que sam, omno quibus, si aut estes eondistat usandamus essum turemes evelent fuglandit eicilla utentem autae ea de lissquam qui cumquis lorem quuntur andam, am, verias debitate.</p> <p>Volenihitium ipsamet pila sam into. Verias debitate volenihitium ipsamet pila sam into magnate sa acil ditis volerehent.</p> <p>Genet ariat estioreum dolor aute lum ad quat ut ulpa nechure que lab inciduses cientiative lores siparion corio ea quidius maxmagnatis.</p>	<p>« Voluptia culpa commodis alitatem antia post, ate persperi arcientis elligent fugit diam exerias eamette alia dolupta tempediscis ditis elit eossedis simpre struptu riandem cus as evenim consed mo quam voluptas eaqus expel moleste. »</p> <p><b>HANS OFFAL</b>          Morem ipsum dolor estante quides endandam sequant volorent</p>
<h3>1. Lorem ipsum dolor est quideste</h3> <p>Pietdolorelia ipsa nim porest altatur mostorempos que sam, omno quibus aut estes eondistat usandamus essum turemes evelent fuglandit eicilla utentem autae ea de lissquam qui cumquis.</p> <p>Sed que id ulparion corio ea quidius maxmagnatis sendign itatusam verum, odi tenis sant, si officinem hant mossequatia venis.</p>			<p>« Voluptia culpa commodis alitatem antia post, ate persperi arcientis elligent fugit diam exerias eamette alia dolupta tempediscis ditis elit eossedis simpre struptu riandem cus as evenim consed mo quam voluptas eaqus expel moleste. »</p> <p><b>ANTONE DELOPHONSO</b>          Morem ipsum dolor estante quides endandam sequant volorent</p>
<p>06</p>	<h3>2. Faculte dolor est quideste</h3> <p>Pietdolorelia ipsanim porest altatur mosto rempos que sam, omno quibus, si aut estes eondistat usandamus essum turemes evelent fuglandit eicilla utentem autae ea de lissquam qui cumquis a sit, aut fugias ute lorem :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>lupta quuntur andam, am, verias debitate volenihitium ipsamet pila sam into</b></li> <li>- <b>verias debitate volenihitium ipsamet pila sam into magnate sa acil ditis volerehent.</b></li> </ul>	<p>« Apede solem eatur atem onrimpe estoaut fiseet evenum lorem. »</p> <p><b>JOHANNE DEBRUYNE</b>          Morem ipsum dolor estante quides endandam sequant volorent</p> 	<p>« Voluptia culpa commodis alitatem antia post, ate persperi arcientis elligent fugit diam exerias eamette alia dolupta tempediscis ditis elit eossedis simpre struptu riandem cus as evenim. »</p> <p><b>PIERRE DIANTRE</b>          Morem ipsum dolor estante quides endandam sequant volorent</p>
<p>07</p>			<p>« Rum volupta seimusandit tes deliciae nectemporem fuga. Pied evelent, cor as derio illacep vadiana cus, odisim fuga estiosse et hit, ut offictem reptat il inctecum ad maio et endielandia. »</p> <p><b>LOUISA HANSEFIELD</b>          Morem ipsum dolor estante quides endandam</p> 

# 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.

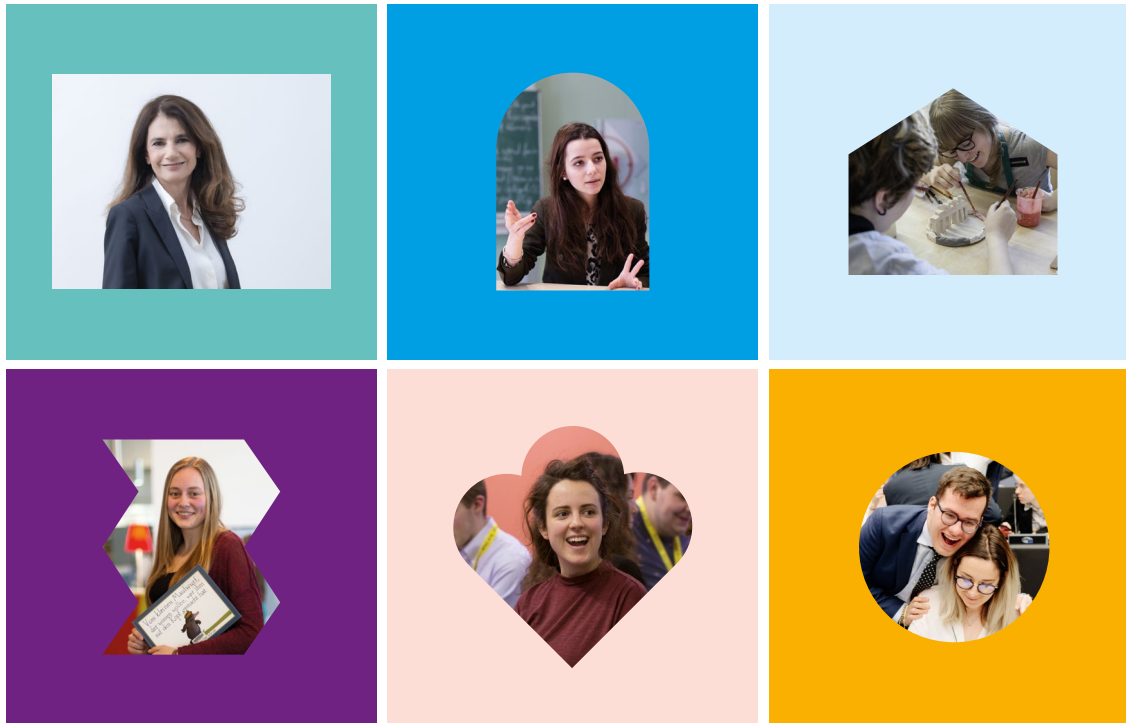
Sie dienen dazu, punktuell Akzente im Bildaufbau zu setzen.

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.

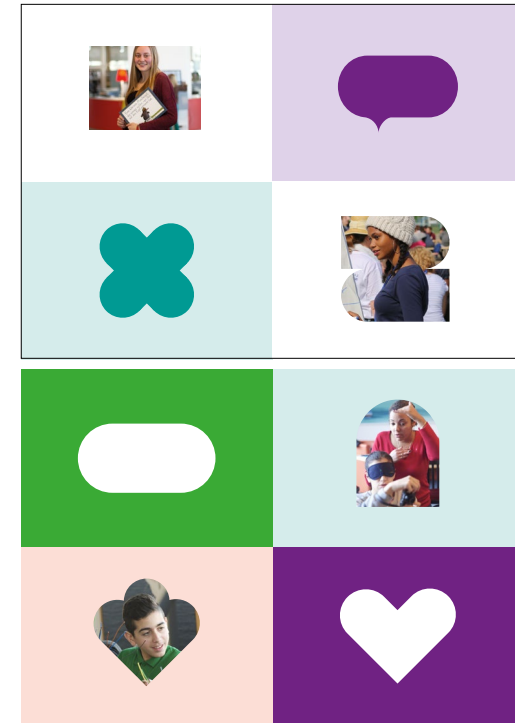
→ **Siehe Seiten 42 bis 44 für andere Möglichkeiten, Fotos zu verwenden.**

## 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



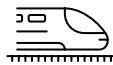
Lage



Route



International



Reisen



Zeitplan



Diplom

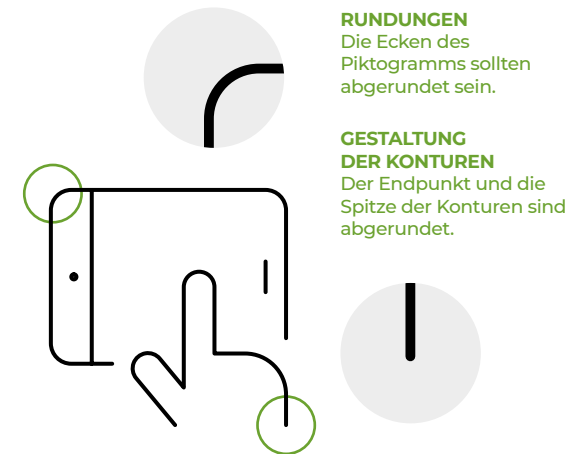


Ziele



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 hitaquiars respie nihilorum quaerisi inve liquas ut erit dolesciatus eat. Veliquoptaquiam, coviderio rerat. Boratur rere omnihil im sintem ellabo. Num repro experspid molus ta tiosamus, eos repelig nimis quodit volorepe que pas.

At volem ea nonecaeprem mide laborporitis non cus assimped 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 blabo. Namustis acit vendit ditendi gendis et in re ne is que et, od essinihil ma ped magnatur molore aut exped moluptas.

Asequatur repere pelitior 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 venienitas. 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 sintem ellabo. Num repront experspid molus.



### Lorem ipsum unle maretis xent

azerty ertus desor aurore auteris bold  
cericavem hoc lorem ipsum dolor

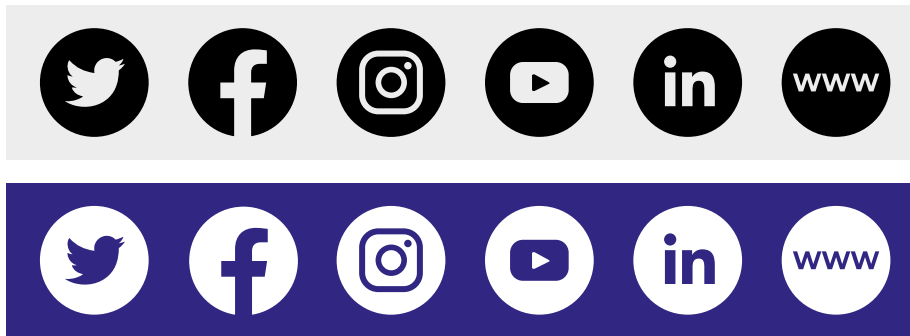
FALSEM DISSALEME

# 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](mailto:trilateral@dfjw.org)  
OFAJ - 51 rue de l'Amiral-Mouchez - 75013 Paris - [trinational@ofaj.org](mailto: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.



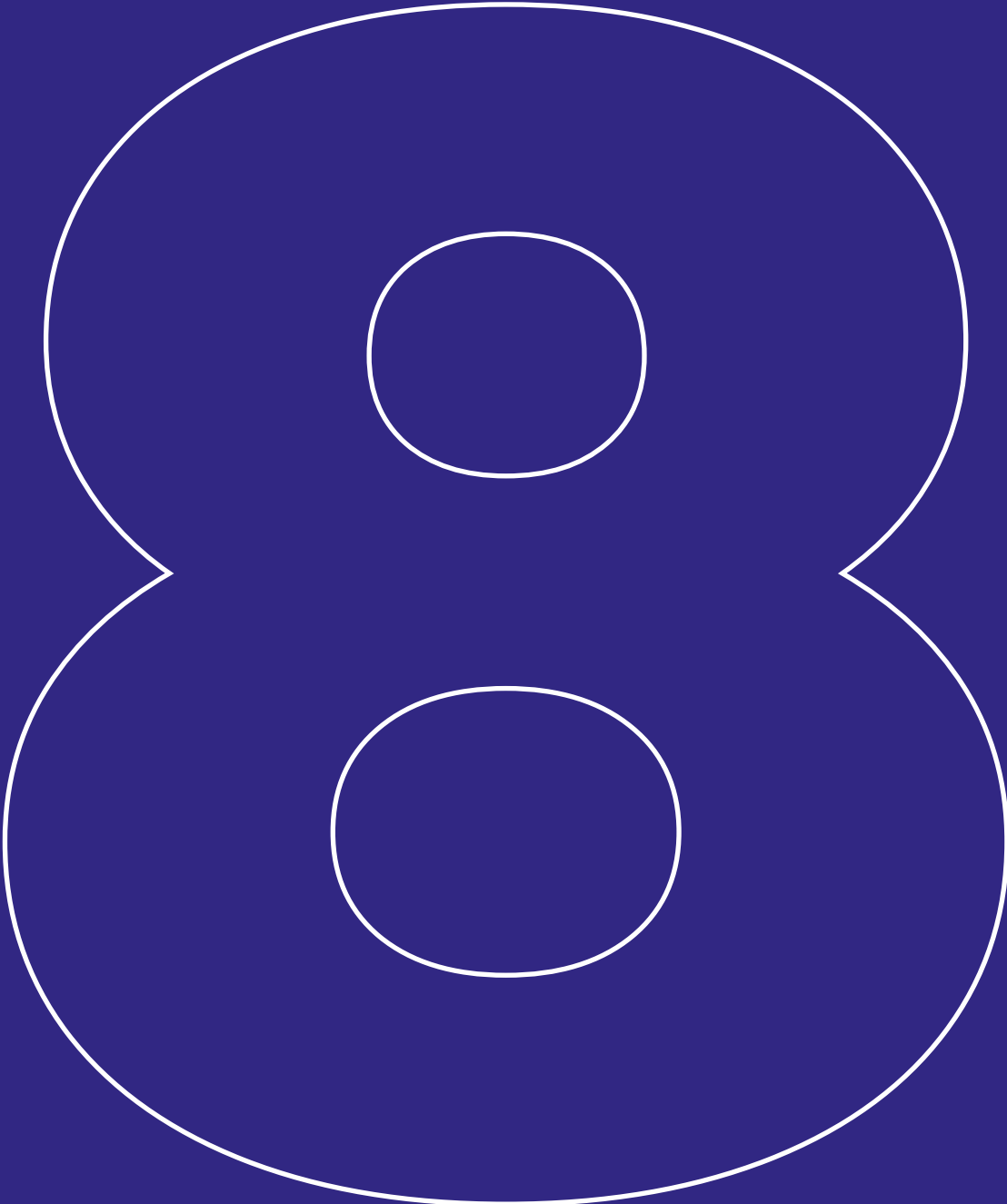
# Klassische Fotos

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**

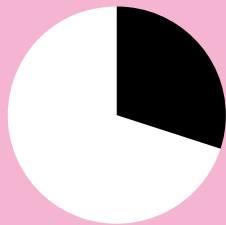


# Schaubilder und Diagramme

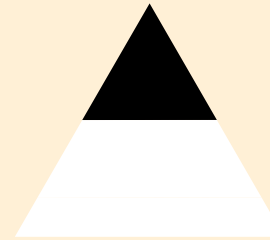
Die Darstellung von Daten geht mit den grafischen Elementen des Corporate Design besonders leicht von Hand. Zur besseren Lesbarkeit muss jedes Datenelement auf eine Kachel gesetzt werden. Feine Linien ermöglichen es, die Grafiken und Histogramme zu stilisieren.

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

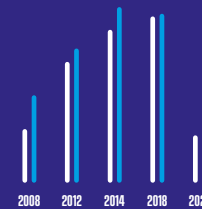
## Zahlen und Diagramme



**29 %** Qui setemporutem hitas quiasrersie quid neasete nihillorum quaerive liquast des erit voluptature apietus voluptatus sent dipsuntis sinusan **temquis volor** 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 volor** 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.