EINSTIEG BERUF GUIDELINE

Diese grundlegenden Stilrichtlinien tragen dazu bei, dass die gesamte Kommunikation ein einheitliches Erscheinungsbild aufweist und gleichzeitig die Designabsicht der Identität der Ausbildungsmesse Einstieg Beruf gewahrt bleibt.

Kampagnen Visual

Unser Kampagnen Visual ist unser Highlight und sollte immer präsent im Fokus stehen. Das Visual besteht aus unterschiedlichen Elementen die je nach Bedarf unterschiedlich gesetzt werden dürfen. Dabei sollte immer versucht werden die einzelnen Bausteine so harmonisch wie möglich zu setzen.

1. Logo
2. Key Visual
3. Datum und Infos
4. Störer mit zusätzlichen Infos (kann variieren)

Kampagnen Farben

Unsere Farbpalette ist ein zentrales Element. Primärfarben bilden den Kern des Markenauftritts, Verläufe erweitern die Gestaltungsmöglichkeiten. Ein konsequenter Einsatz sorgt für Wiedererkennbarkeit und ein einheitliches Erscheinungsbild über alle Medien hinweg.

Primärfarben

Petrol
R0 G131 B138
HEX #00838A
C83 M26 Y042 K10

Weiß
R255 G255 B255
HEX #FFFFFF
C0 M0 Y0 K0

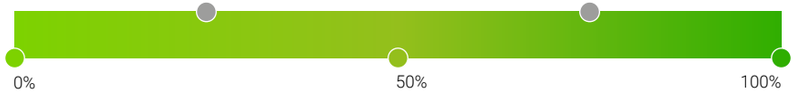
Schwarz
R0 G0 B0
HEX #00000
C0 M0 Y0 K100

Farbverläufe

0%
R197 G31 B153
HEX #C51F99
C32 M90 Y0 K0

40%
R44 G46 B100
HEX #2C2E64
C98 M90 Y27 K18

100%
R0 G0 B0
HEX #313DFF
C100 M80 Y0 K0



0%
R125 G210 B0
HEX #7DD200
C56 M0 Y100 K0

50%
R148 G191 B28
HEX #94BF1C
C50 M1 Y100 K0

100%
R47 G174 B0
HEX #2FAE00
C75 M0 Y100 K0

0%
R0 G49 B61
HEX #00313D
C98 M64 Y52 K57

100%
R0 G128 B0
HEX #008000
C86 M22 Y100 K10

Kampagnen Logo

Um Konsistenz zu wahren und die Integrität des Logos zu sichern, sind stets die bereitgestellten Versionen zu verwenden. Die bereitgestellten Logos dürfen nicht verändert werden. Es ist ,wann immer möglich, das dreizeilige Logo zu verwenden

Typografie

Die Typografie ist ein Zusammenspiel zweier Schriften. Im Logo und als Headlines ist die Priximisa zu verwenden.. Eine markante Schrift die auch nur hier eingesetzt werden sollte, da es sie ausschließlich in Versalien gibt. Für alle weiteren Texte ist die Roboto in Regular und/ oder Bold zu nutzen.

Kampagnen Headline

HEADLINE

Piximisa
Zeilenabstand: x1
Laufweite: 50

Typografie Styles

Sublines / Highlights / CTAs

Roboto Bold
Zeilenabstand: x1,2
Laufweite: 0

Fließtexte ut faccum que nimi, con eaquo doluptas verspel itaturi oratet laut aut omnis erum explignam, sam,

Roboto Regular
Zeilenabstand: x1,2
Laufweite: 0

Layoutaufbau / Print

Am Beispiel des Handzettels zeigen wir den Aufbau unserer Kampagnen Elemente. Diese sollen für einen einheitlichen Look über alle Werbemittel sorgen und helfen diese zu verstehen.

Header/Key Visual
Unser Header befindet sich immer im oberen Bereich des Layouts und beinhaltet alle wichtigen Elemente des Key Visuals. Je nach Platz können die Elemente auch übereinander angeordnet werden.

Störer
Der Inhalt und die Position des Störers können je nach Bedarf und Platz variieren. Standardmäßig wird der Störer in Kombination mit dem Key Visual verwendet.

Themen Headline
Die Headlines werden immer in unserer Kampagnen Schrift der Praximisa, in Petrol verwendet. Die Größe kann auch hier nach Platz variieren. Es sollte allerdings auf ein gesamtharmonisches Bild geachtet werden.

Fließtext
Die Fließtexte werden immer in Roboto geschrieben.
Die Bulletpoints bestehen aus einem Rechteck in Petrol.

Abbinder
Auf offiziellen Plakaten, Flyern und Aushängen müssen alle Partner mit ihrem Logo aufgeführt werden. Die Platzierung erfolgt gemäß der jeweils gültigen Vorgaben der IHK als Organisatorin der Messe. Im Zweifelsfall ist die IHK vorab einzubinden.

Weitere Layoutbeispiele

A3 Plakat

Header V1

Header V2