

Corporate Design Guide

Logo

Logoverversionen

Das Logo

Das WI-Logo ist eine Wort-Bildmarke, die als Einheit verwendet wird. Der Schriftzug ist zweizeilig in einem angepassten Bold-Schnitt der Gotham gesetzt und wird nie ohne die Bildmarke genutzt. Proportionen und Abstände von Schriftzug und Wortmarke dürfen nicht verändert werden.

Graustufen-Version

Die Graustufen-Version des Logos kommt nur in Ausnahmefällen zum Einsatz, wenn die Farbversion aus technischen Gründen nicht möglich ist.

Einfarbige Schwarz-Version

Die Schwarz-Version des Logos wird ausschließlich in Sonderfällen genutzt, z. B. bei ein- oder zweifarbigen Medien wie Stempeln.

Farbversion



Zur Verfügung
gestellt in:

CMYK
RGB
3-farbig Pantone

Graustufen-Version



Schwarz

Logo

Schutzraum, Mindestgröße, Hintergrund

Schutzraum

Um das Logo befindet sich ein Schutzraum. Dieser ist frei von anderen grafischen Elementen, Bildern oder Text und fremden Logos. Er ist im Idealfall weiß, darf aber auch gleichförmig hell sein. Der Schutzraum definiert sich durch „x“ und entspricht der halben Logohöhe.

Mindestgröße

Um eine optimale Darstellung der Wort-Bildmarke zu gewährleisten, darf die Mindestbreite von 25 mm des Logos nicht unterschritten werden.

Schutzraum



Mindestgröße



Beispiele



Logopositionierung und Abstände

Positionierung der Wort-Bildmarke unten rechts

Auf Titeln von Publikationen wie Broschüren und Flyern wird das Logo stets unten rechts positioniert.

Positionierung der Wort-Bildmarke oben rechts

Zu Medien, auf denen das Logo oben rechts positioniert wird, zählen:

- Korrespondenzmedien, wie z. B. Briefbogen
- Präsentations-Vorlagen
- Kommunikation im Raum (Poster, Roll Ups)

Größe und Abstände zum äußeren Formatrand

DIN A3 hoch/quer:

Das Logo muss 74 mm breit sein und Abstand zum äußeren Rand beträgt 23 mm.

DinA4 hoch/quer:

Das Logo muss 52 mm breit sein und Abstand zum äußeren Rand beträgt 16 mm.

DinA5 hoch/quer:

Das Logo muss 42 mm breit sein und Abstand zum äußeren Rand beträgt 13 mm.

DIN A6 hoch/quer und DIN lang (210 x 105 mm):

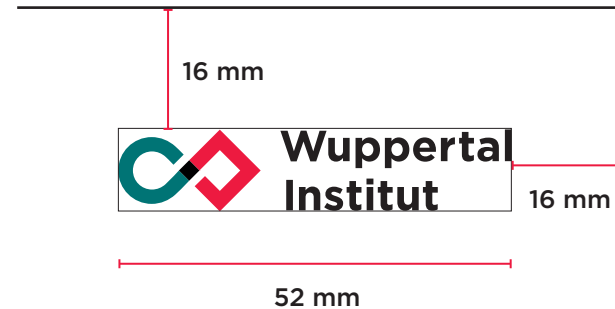
Das Logo muss 42 mm breit sein und Abstand zum äußeren Rand beträgt 9 mm.

Ausnahme

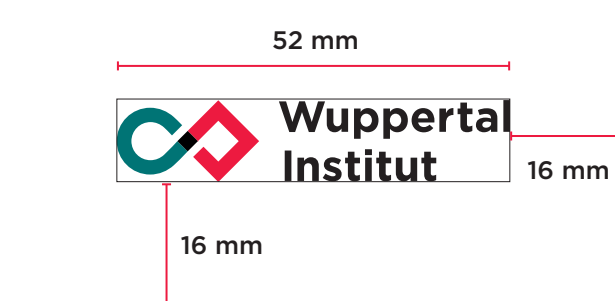
Auf der Website ist das Logo oben links positioniert.

Logoposition für DIN A4, hoch und quer

Logoposition oben

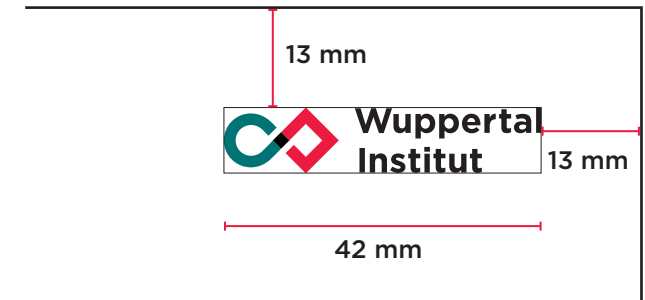


Logoposition unten

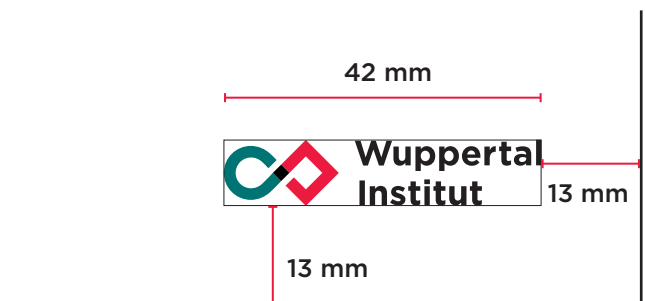


Logoposition für DIN A5, hoch und quer

Logoposition oben



Logoposition unten



Logo

Logogrößen für DIN-Formate bei Positionierung oben

Logogröße

Auf den unterschiedlichen DIN-Formaten ist das Logo in den festgelegten Größen zu verwenden.

Logobreite

DIN A6 hoch/quer

42 mm

DIN A5 hoch/quer

42 mm

DIN A4 hoch/quer

52 mm

DIN A3 hoch/quer

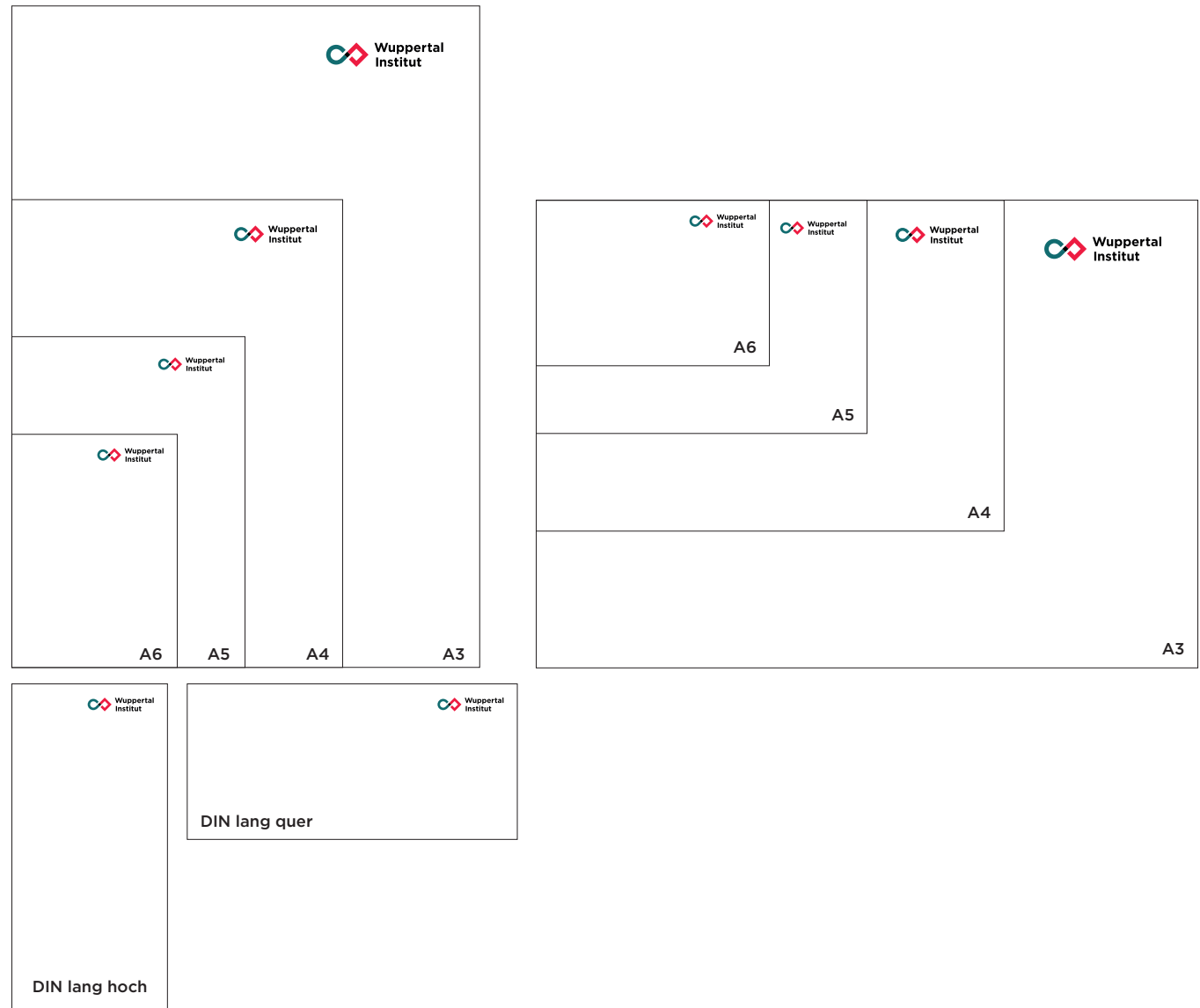
74 mm

DIN lang hoch/quer

42 mm

Logopositionierung

Die Positionierung des Logos ist auf den verschiedenen Formaten unterschiedlich definiert (siehe »Logopositionierung und Abstände«)



Farben

Farbdefinition und Weißraum

Die Primärfarben des Wuppertal Instituts sind das WI-Grün, das WI-Rot sowie Schwarz und Weiß. Ergänzt wird dieses Farbspektrum durch weitere Sekundärfarben, die insbesondere Online oder für Illustrationen, Diagramme und Hintergründe verwendet werden.

Primärfarben



WI-Grün
CMYK 100/0/40/40
sRGB 0/109/114
#006d72
Pantone 322C



WI-Rot
CMYK 0/100/75/0
sRGB 228/0/51
#e40033
Pantone 185C



Schwarz
CMYK 0/0/0/100
sRGB 0/0/0
#000000



Weiß
CMYK 0/0/0/0
sRGB 255/255/255
#ffffff

Sekundärfarben



Dunkelgrau
CMYK 0/0/0/68
sRGB 85/85/85
#555555



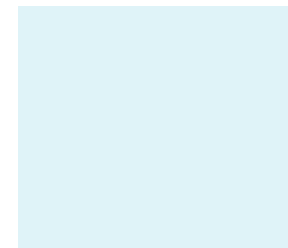
Hellgrau
CMYK 0/0/0/33
sRGB 170/170/170
#aaaaaa



Dunkelgrün
CMYK 85/35/45/55
sRGB 0/76/80
#004c50



Hellblau
CMYK 25/2/7/0
sRGB 207/230/238
#cfe6ee



Lichtblau
CMYK 11/0/2/0
sRGB 231/242/246
#e7f2f6



Mittelgrün
60 % WI-Grün
sRGB 131/176/182
#83b0b6

Typografie

Die Hausschriften für den Office-Bereich

Für Projektberichte, Briefkorrespondenz, PPT oder E-Mail wird die für alle Mitarbeiter verfügbare Systemschrift Arial in den Schnitten Regular und Bold verwendet und für Headlines und Auszeichnungen auch farbig eingesetzt. Für Sublines und Bodytext ist die Systemschrift Georgia (OpenType) definiert.

Ausnahme

Für das Corporate Design des Wuppertal Instituts (Internet, Imagebroschüre etc.) werden die Groteskschrift Gotham und die Serifenschrift Charter miteinander kombiniert.

Arial

Regular

Italic

Bold

Bold italic

Georgia (OpenType)

Regular

Italic

Bold

Bold italic

Bilder

Fotos/allgemein

Zulässig

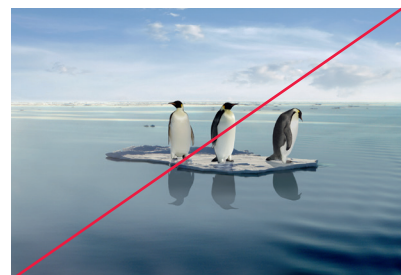
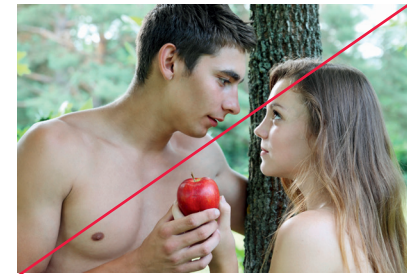
Für das Wuppertal Institut verwendete Fotos dürfen nicht gestellt aussehen und sollen natürlich und authentisch wirken. Deshalb sollten Menschen möglichst „in Aktion“ fotografiert werden. Außer bei Portraits sollte bei Personen der direkte Blick in die Kamera vermieden werden. Der Fokus des Bildes soll durch den Einsatz von Schärfe/Unschärfe schnell erfassbar sein. Außerdem sollte er bei Fotos, die für unsere News-Meldungen verwendet werden, möglichst zentral liegen, da diese Bilder auf unserer Homepage automatisch kreisförmig beschnitten werden.

Wenn möglich sollten die Fotos eine oder mehrere der folgenden Eigenschaften aufweisen:

- 1 interessanter Bildaufbau
- 2 geringe Tiefenschärfe (scharf/unscharf)
- 3 ungewöhnliche Perspektive

Unzulässig

Inszenierte Situationen; künstliche Posen; Einfärbungen; Bildmanipulationen wie Überlagerungen oder Verzerrungen



Bilder

Fotos/Veranstaltungen

Kamera

Im Allgemeinen reicht schon ein gutes Smartphone für einfache Bilder auf Veranstaltungen. Bei etwas höheren Ansprüchen, insbesondere wenn die Fotos für Broschüren oder Ähnliches verwendet werden sollen, empfiehlt sich eine richtige Fotokamera. In der Grafik steht eine Kamera zum Ausleihen zur Verfügung. Bitte hier vorher fragen, ob diese zur Verfügung steht und nicht bereits ausgeliehen wurde.

Beleuchtung

Egal was auf der Veranstaltung fotografiert wird, es sollte gut beleuchtet sein. Tageslicht ist immer besser als künstliche Beleuchtung. Dabei nicht direkt gegen die Sonne bzw. die Lampe oder das helle Fenster fotografieren und die Personen auf dem Bild sollten auch nicht direkt in die Sonne schauen müssen (zugekniffene Augen). Nicht immer hat der Fotograf Einfluss auf das Licht. Bei schlechten Lichtverhältnissen bietet es sich an, Fotos sowohl mit als auch ohne Blitz aufzunehmen; so kann im Nachhinein das beste Bild ausgewählt werden. In jedem Fall – und ganz besonders, wenn mit einem Handy fotografiert wird – sollte auf Zoom verzichtet werden.

Motivauswahl

Als Motive auf Veranstaltungen bieten sich an:

- 1 das Logo der Veranstaltung z. B. am Eingang
- 2 Personen mit dem Logo der Veranstaltung
- 3 Broschüren, Flyer ect.
- 4 Gruppenbilder
- 5 Podiumsbilder
- 6 Publikumsbild

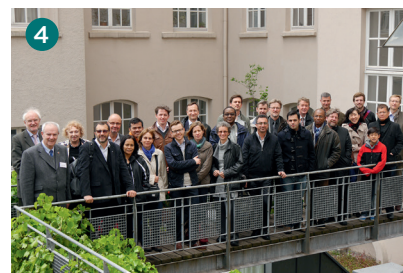
Insbesondere bei **Podiumsbildern** ist es ratsam möglichst aus der Nähe zu fotografieren, damit die Personen auf dem Foto auch gut zu erkennen sind. Im Regelfall ist ein Foto, welches aus Distanz mit Zoom erstellt wurde, nicht zu gebrauchen.

Beim **Gruppenbild** ist wichtig, dass alle Gesichter gut zu sehen sind, aber ruhig auch noch der Oberkörper erkennbar ist. Es sollten auch möglichst wenig „Lücken“ im Bild sein, fordert also die Personen auf, enger zusammen zu rutschen oder auch mal Plätze zu tauschen. Um keine lange Reihe zu bilden, sind Bänke oder Treppen gut, auf denen ein Teil der Gruppe stehen/sitzen

kann. Und je mehr Personen beteiligt sind, desto mehr Bilder sind notwendig, um nachher eines zu haben, auf dem alle halbwegs freundlich schauen. Bitte denkt daran, euch alle Namen richtig zu notieren, damit am Ende eine Bildunterschrift mit dem Foto mitgesendet werden kann.

Zum Schluss

Bitte sendet uns nicht all eure geknipsten Fotos ungefiltert zu, sondern trifft vorher eine Auswahl. Ladet diese dann auf Google Drive uns schickt uns den Link.



Typografie

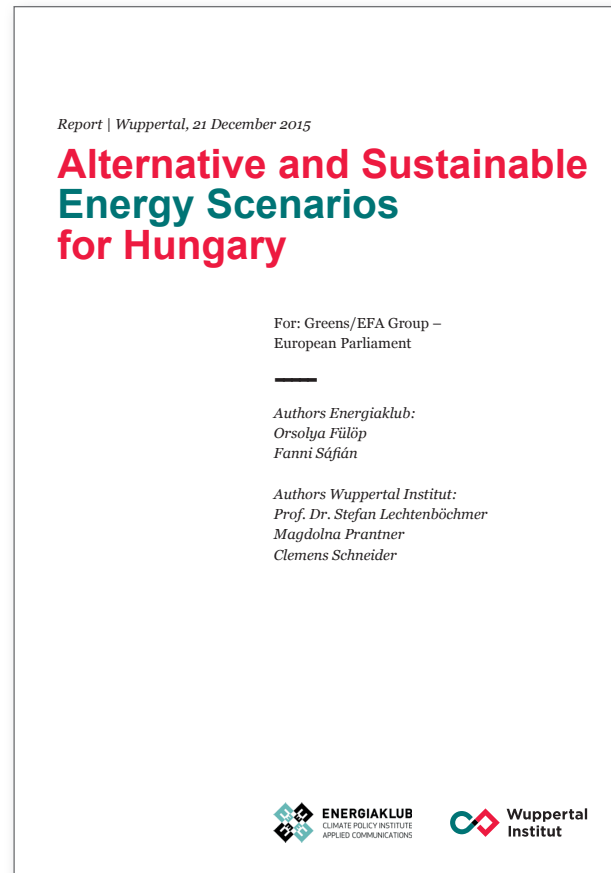
Headlinesystematik

Die Headlinesystematik prägt das Erscheinungsbild des Wuppertal Instituts und ist somit ein entscheidendes Gestaltungselement.

Ausschlaggebend sind hier die zeilenweise abwechselnden Farbgebung.

Weißraum

Ein wichtiges Gestaltungsmittel ist der bewusst großzügige Einsatz von Weißraum.



Flyer, Poster etc.

Sonstige Medien

Bei Fragen zur Gestaltung sonstiger Medien hilft das Team der Grafik.

Siehe auch im Intranet:

<https://intranet.wupperinst.org/wiki/VisLab>



Sabine Michaelis

Grafik, Team Kommunikation

Tel.: +49 202 2492-274

sabine.michaelis@wupperinst.org

montags bis mittwochs



Gabi Grasekamp

Grafik, Team Kommunikation

Tel.: +49 202 2492-209

gabi.grasekamp@wupperinst.org

dienstags bis donnerstags