

Corporate Design

BASISELEMENTE



MIT MITTELSTANDS- UND WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG DER CDU/CSU

Überblick Basiselemente

Die Wortmarke

MIT

Die Wortmarke mit der Logoschutzzone



Die Farben



Die Schrift

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Die vier Basiselemente sind:

- Wortmarke
- Logoschutzzone
- Farben
- Schrift

Diese vier Basiselemente bilden die Grundlage für das Erscheinungsbild der MIT.

Die Anwendung der Basiselemente schafft einen einheitlichen visuellen Auftritt der MIT und bietet gleichzeitig Spielraum für unterschiedliche Kommunikationsinhalte.

Alle Logo-Standards liegen als verschiedene Download-Dateien auf unserer Homepage unter: www.mittelstand-deutschland.de im verbandsinternen Servicebereich für Sie bereit.

Wortmarke

MIT

Mindestgröße:



Damit eine gute Darstellungsqualität gewährleistet ist, sollte das MIT-Logo nicht kleiner als 10 mm eingesetzt werden.

Das MIT-Logo

Das wichtigste visuelle Element innerhalb der Kommunikation ist das MIT-Logo. Es bildet die Basis einer prägnanten Wiedererkennbarkeit.

Das MIT-Logo als stärkstes Wiedererkennungsmerkmal darf unter keinen Umständen modifiziert werden. Änderungen wie Zerren, Stauchen, Umfärben etc. sind nicht zulässig.

Logoschutzzone / Logozusatzzone

Logo ohne Regionalbezeichnung



Logo mit Regionalbezeichnung



Logozusatzzone mit D/EU-Signet



Logozusatzzone für Regionalbezeichnung



Die Logoschutzzone

Aufgrund der Wichtigkeit des MIT-Logos innerhalb des Erscheinungsbildes bekommt es eine fest definierte Schutzzone. Die Logoschutzzone gewährleistet, dass keine anderen Gestaltungselemente (z. B. Bilder, Farbflächen, Linien) am Logo platziert werden. In der Logoschutzzone dürfen lediglich – ebenfalls in fest definierter Form – Gliederungsbezeichnungen stehen, z. B. MIT Berlin. Bei Anwendungen auf weißer Fläche wird die Schutzfläche 10 % schwarz.

Die Logozusatzzone

Auf Länder-, Bezirks-, Kreis- und Ortsebene können in der Logozusatzzone optional regionale oder lokale Signets, Embleme, Wappenelemente etc. eingesetzt werden.

Anwendungsmöglichkeiten

Die Elemente innerhalb der Logozusatzzone sind frei gestaltbar. Anwendungen mit z. B. Schrift, Wappen, Bildern oder Illustrationen sind möglich, um die eigene regionale Identität zu stärken. Es sollte beachtet werden, dass die Elemente die Fläche nie ganz ausfüllen.

Vermaung Logo / Logozusatz

Bundesebene / Lander-, Bezirks-, Kreis-, Ortsebene

Der x-Wert ergibt sich aus der Weiraumhoh. Der y-Wert wird bestimmt durch die Balkenhoh vom T. Aus diesen beiden Variablen konnen alle anderen Mae hergeleitet werden.

Die Elemente stehen in einem fest definierten Verhaltnis zueinander und werden proportional skaliert.

Der MIT-Schriftzug und der Landername sind nach unten auf eine Hoh ausgerichtet und stehen mit einem Abstand der Variablen y zum Rand. Zwischen ihnen besteht ebenfalls ein Abstand der Variablen y. (Landername: Schrift: FF Kievit Book, Versalien; Schrifthoh: 1,2 y; Zeilenabstand: 100%; Laufweite: +2; Farbe: 100% Schwarz)

Vermaung Logo / Logozusatz



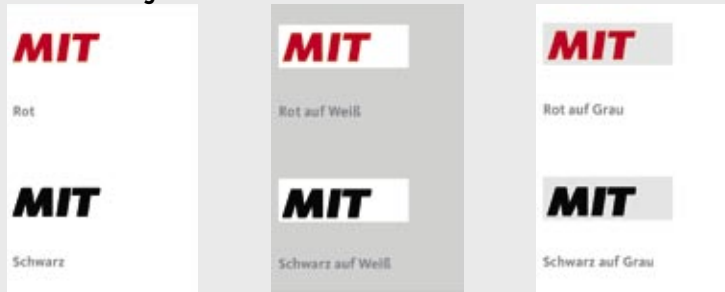
Vermaung
x entspricht der Hoh des weien Umraums
y entspricht der Balkenhoh vom T

Die Hoh des MIT-Schriftzuges und des D/EU-Signets entsprechen 0,5 x und sind mit einem Abstand der Variablen y zum Rand positioniert. Das D/EU-Signet ist rechtsbundig im Anschnitt gesetzt.



Farben des Logos / Farben

Farben des Logos



Farben	Akzentfarbe Orange	Grau	Schwarz	Weiß	Akzentfarbe Blau
MIT-Rot					
0/100/100/0	0/47/100/0	0/0/0/60	0/0/0/100	0/0/0/0	100/60/0/10
CMYK	CMYK	CMYK	CMYK	CMYK	CMYK
13	-	-	-	-	42
HKS	HKS	HKS	HKS	HKS	HKS
1788 C	144 C	Cool Gray 9 C	Prozess Schwarz	-	287
Pantone®	Pantone®	Pantone®	Pantone®	Pantone®	Pantone®
235/39/41	255/153/0	135/134/132	0/0/0	255/255/255	0/55/151
RGB	RGB	RGB	RGB	RGB	RGB
#E32B23	#FF9900	#878684	#000000	#FFFFFF	#0060AF
Web	Web	Web	Web	Web	Web
3020	1007	7037	9005	9002	5002
RAL	RAL	RAL	RAL	RAL	RAL

Die Schrift

Die neue Hausschrift der MIT ist die FF Kievit. Die zwei Schriftschnitte, FF Kievit Book und FF Kievit Bold, kommen in der Kommunikation zum Einsatz.

Die Schrift FF Kievit stellt eine Modernisierung des Schriftbildes dar. Sie ist gut lesbar und vielseitig einsetzbar.

Entworfen wurde sie 2001 von Michael Abbink.

Die Schrift FF Kievit wird den Verbänden als Download für MS-DOS / PC auf der Internetseite: www.mittelstand-deutschland.de - in unserem verbandsinternen Servicebereich zur Verfügung gestellt. Die verschiedenen Schriftschnitte für Macintosh User fordern Sie bitte in der Geschäftsstelle an.

Die Farben des Logos

Die bisher verwendete Farbe des MIT-Logos HKS 13 wird beibehalten, da sie die höchste Leuchtkraft bietet. Das MIT-Logo wird ausschließlich in MIT-Rot oder alternativ in Schwarz verwendet. Aus Gründen der visuellen Einheitlichkeit ist es nicht zulässig, das Logo in einer hier nicht angegebenen Farbe einzusetzen. Der Logoschutzraum und die Logozusatzzone sind entweder weiß oder 10 % schwarz. Hier sind ebenfalls keine anderen Farbvarianten zulässig.

Die Farben

Für die Wiedererkennbarkeit und den einheitlichen Auftritt der MIT ist die korrekte Farbwiedergabe eine wichtige Voraussetzung. Das MIT-Rot kommt ausschließlich beim Logo zum Einsatz, die Farben Orange und Blau werden in der Gestaltung als Flächenfarbe eingesetzt. Das Farbspektrum der MIT ist um die Akzentfarbe Orange ergänzt worden. Die Akzentfarbe Orange bietet die Möglichkeit, die emotionale Dimension in der Kommunikation mehr anzusprechen. Außerdem übernimmt Orange auch die optische Differenzierung im Parteienwettbewerb. Das Grau kommt u.a. für die Werbemittel zum Einsatz. Schwarz und Weiß ergänzen das Farbspektrum der MIT. Schwarz wird zum Beispiel für die graue Logoschutzzone eingesetzt. Rot, Orange und Blau werden nicht aufgerastert.

Schrift

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789 (.,:;!?,“”)@

FF Kievit Book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789 (.,:;!?,“”)@

FF Kievit Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789 (.,:;!?,“”)@

FF Kievit Book Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789 (.,:;!?,“”)@

FF Kievit Bold Italic

Positionierung

Briefbogen und Visitenkarte



Das Logo steht immer rechtsbündig im Anschnitt, nie innerhalb des Formats.

Broschüren- und Plakattitel



Das Logo steht stets im Bild oder in einer Farbfläche.

Die Positionierung

Das Logo wird in allen Kommunikationsmitteln oben oder unten rechtsbündig zum Rand positioniert.

Grundsätzlich kommt das Logo mit weißem Umraum zum Einsatz. In Ausnahmefällen, wenn es auf Weiß steht, wird das Logo mit Umraum in 10 % in Schwarz angewendet.

Die Flächenelemente

Flächenelemente benutzt man zur visuellen Kommunikation beim Layout von Broschüren, Flyern - aber auch Plakaten, Großflächen und Ankündigungen.

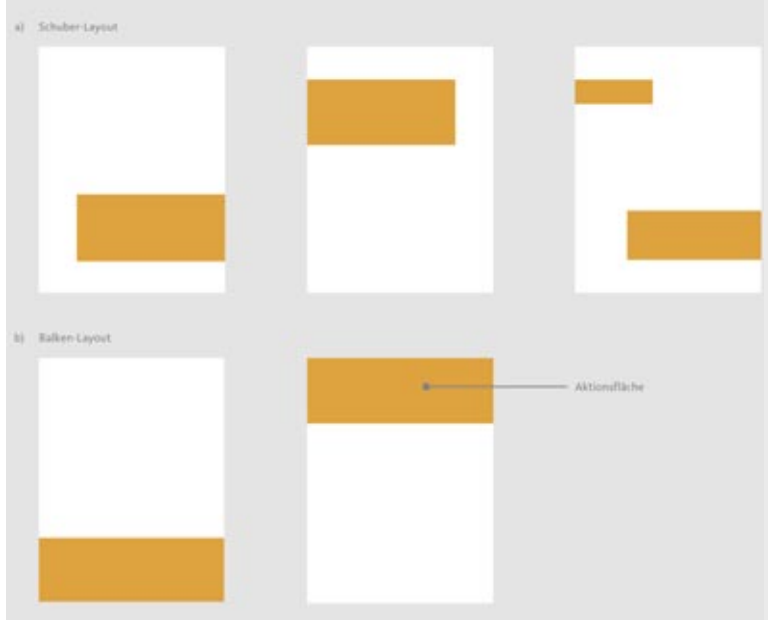
Mehrere Layoutvarianten werden eingesetzt:

- das Schuber-Layout und
- das Balken-Layout.

Die Layoutvarianten bieten eine flexible Anwendung für die Umsetzung in den Kommunikationsmitteln der MIT.

Die Gestaltung ist flächig angelegt, Linien werden nicht verwendet.

Flächenelement



Corporate Design (CD)

ist ein Bestandteil der Corporate Identity (CI), des ganzheitlich und systematisch geplanten Management von Identitätsprozessen einer Organisation. Das CI wird gebildet durch:

- Corporate Communications (die Art der Kommunikation)
- Corporate Behavior (das Verhalten)
- Corporate Design (das Erscheinungsbild)

Die Konstanten unseres Corporate Design bestimmen alle visuellen Erscheinungen des Verbandes. Es sind die Gestaltungselemente Logo, Hausfarbe, Schriften und Gestaltungsraster. Das Corporate Design vermittelt durch ein einheitliches Erscheinungsbild die Identität der MIT nach innen und außen.

Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU
Bundesgeschäftsstelle
Charitéstraße 5
10117 Berlin

