

# BERLIN BRANDBOARD

Hier gehts zum Corporate Design Portal von Berlin.



## LOGO

Die Verwaltungslogos liegen in zwei Sprach-Versionen vor: Deutsch und Englisch. Die Logos sind als Querformat und als kompakteres Hochformat definiert sowie als Positiv- und Negativvariante. Erstere wird primär genutzt. Für Schwarz-Weiß-Druck, z. B. bei Werbemitteln, ist eine 1C-Version in 100 % Schwarz oder Weiß definiert. Das Logo erscheint mit weißem Hintergrund (Standardversion), kann aber auf farbigen oder Bildhintergründen auch ohne, d. h. transparent, eingesetzt werden.



Standard Responsive

**Logoverversion M**  
Einsatz für die Absenderkommunikation im Impressum, für die Geschäftsausstattung, das Branding der Büroräume oder im Co-Branding mit Verwaltungen

**Logoverversion S**  
Einsatz bei der Kommunikation als Partner, Aussteller oder bei der Auszeichnung von Projekten/Kooperationen als Initiated by/ supported by sowie im Social Media als auch bei Werbemitteln

**Logoverversion XS**  
Anwendung im Responsive Design, für Werbemittel, Onlinebanner oder andere kleinformatige Anwendungen bei denen aufgrund der Lesbarkeit keine andere Logovariante möglich ist

## SCHRIFT\*

Texte - egal ob Überschriften oder Fließtext - werden linksbündig und in Schwarz oder Weiß gesetzt. Hervorhebungen können in **Schwarz Berlin Type Bold** (Text fetten) oder in **Rot Berlin Type Regular** (Textfarbe Rot - ohne zusätzliche Fettdruck) vorgenommen werden.

**Berlin Type Regular**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÖÜ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzöüß  
1234567890.,!;>()“\$%&/=#

**Berlin Type Bold**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÖÜ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzöüß  
1234567890.,!;>()“\$%&/=#

\* Als Ersatzschrift ist die Calibri-Schrift definiert. Wenn Calibri nicht verfügbar ist, wird Arial verwendet.

## ANWENDUNGSPRINZIPIEN SCHRIFT

**Kurze Headline**  
**BERLIN ERLEBEN**

**Lange Headline**  
**Was Berlin im Kleinen stark macht, heben wir auf die große Bühne.**

**Farbeinsatz**  
**WILLKOMMEN IN BERLIN!**

Headlines können auf Weiß optional in Berlin Rot eingesetzt werden. Sonst in Schwarz oder Weiß.

**Platzierung auf Farbflächen oder Bild/Video**

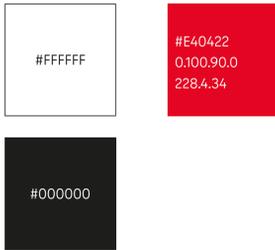
Die Lesbarkeit muss auf Farbflächen/Bildmotiven gewährleistet sein.

Auf Farbflächen kann der Text in Weiß oder Schwarz eingesetzt werden.

~~Berlin Type liegt nicht kursiv vor~~ **Bitte nicht kursiv verwenden!**

## FARBPALETTE

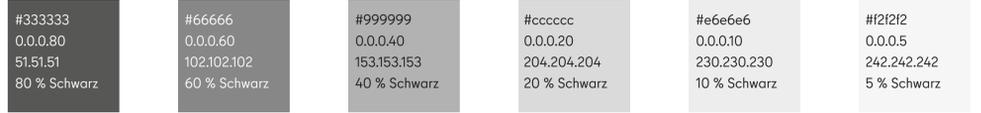
### Markenfarben



### Gestaltungsfarben

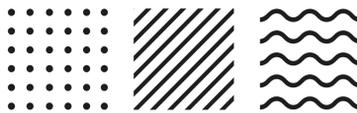


### Grautöne



## URBANE MUSTER

Drei Urbane Muster sind definiert. Sie werden immer in Schwarz oder in Weiß in einem Modul eingesetzt, nie vollständig. Die Platzierung erfolgt immer randabfallend in der Ecke einer Farb- oder Bildfläche. Der bestmögliche Kontrast muss für die Barrierefreiheit gewährleistet sein.



Urbane Muster nur in Schwarz oder Weiß einsetzen!



## ICONS

Die Icons können in Schwarz auf weißem Hintergrund oder in Weiß (Negativ) oder Schwarz (Positiv) auf Gestaltungsfarben stehen. Für einen barrierefreien Einsatz ist auf ausreichend Kontrast zu achten. Dabei haben die Icons neben einer funktionalen vor allem eine illustrativ-erzählerische Funktion. Formal basieren sie auf geometrischen Grundformen. Das Icon-Set kann im gleichen Stil beliebig erweitert werden in Anlehnung an das bereits bestehende Icon-Set.

### Story\*



### Funktion



### Navigation



\* Die abgebildeten Icons stellen einen Auszug aus dem vorliegenden Icon-Set dar.

## FRAME - MODULAR & FLEXIBEL

Der modulare Rahmen der Wortmarke ist flexibel und darf wachsen, womit er zur Bühne für Textinhalte wird. Die Größe des Rahmens richtet sich hierbei nach dem Inhalt.

Das Gestaltungsprinzip kann je nach Inhalt organisieren, kommunizieren oder fokussieren. Dabei kann der Frame mit transparentem oder weißem Hintergrund verwendet werden.



## CO-BRANDING

Gemeinsam für Berlin - diese Haltung wird über das Co-Branding mehrerer Verwaltungseinheiten oder der Kooperation mit einem oder mehreren Partnern sichtbar.

Das modulare Gestaltungsprinzip macht dies möglich. Verwaltungs- und Partnerlogos werden neben oder unterhalb der Dachmarke modular angegliedert. Die Partner erscheinen entweder verbal auf gleicher Ebene wie die Verwaltungen oder als Partnerlogo. Die maximale Anzahl beträgt drei Einheiten.



**WICHTIG: Die maximale Anzahl beträgt drei Einheiten. Bei mehr als drei wird die Dachmarke eingesetzt; die Einheiten können (falls möglich) textlich genannt werden.**