



Zukunftsinitiative
KLIMA.WERK

DIE STARKE MARKE FÜR DIE ZUKUNFT UNSERER STÄDTE

Styleguide Maxi

Anwendungsleitfaden für
professionelle Mediengestalter:innen

Stand: Dezember 2022



EGLV



Bochum



Bottrop



Castrop-Rauxel



Dinslaken



Dortmund



Duisburg



Essen



Gelsenkirchen



Gladbeck



Herne



Herten



Holzwickede



Mülheim
an der Ruhr



Oberhausen



Recklinghausen



Witten

Inhalt

Vorwort	3
DIE MARKENWELT	
Eine Initiative für die Zukunft	4
Das Markenlogo	6
Die Markenhierarchie	12
Co-Branding – Darstellung der Zusammengehörigkeit	14
Darstellung Fördermittel	16
Wasser.Zeichen	17
Farben	18
Typografie	19
Bildsprache / Image	20
Bildsprache / Portraits	22
Bildsprache / Projekte	24
Bildsprache / Zukunftsbilder	26
Die grafischen Elemente	28
UI/UX-Elemente	30
Icon-Katalog	32
Die Aufbereitung komplexer Inhalte	34
INTERNE KOMMUNIKATION	
Für viele Vor-Macher	42
Digitale Vorlagen	44
EXTERNE KOMMUNIKATION	
Für möglichst viele Mit-Macher	48
Corporate Materials	50
Print-Medien	54
Social Media	58
Instagram-Stories	61
Filmische Darstellung / Bewegtbild	62
Imagepräsentation	64
Impressum	66

Vorwort

Nur gemeinsam lassen sich die Herausforderungen des Klimawandels meistern – und dieser Herausforderung stellt sich die Zukunftsinitiative Klima.Werk: 16 Städte entlang der Emscher arbeiten zusammen mit der Emschergenossenschaft in der Zukunftsinitiative an einer lebenswerten, klimaresilienten Region.

Für die Umsetzung unserer Vision brauchen wir möglichst viele Mitmacher:innen aus den Stadtverwaltungen, den Unternehmen, der Wohnungswirtschaft, den weiteren Institutionen und der Bürgerschaft. Und das auf möglichst vielen Ebenen, national und international. Um unsere Ziele zu erreichen, brauchen wir zudem eine starke Marke, die von allen im Netzwerk gemeinsam mit Leben gefüllt wird.

Markenwelt

Um unseren Einsatz für mehr Klimaresilienz in der Region sichtbar zu machen und die Zukunftsinitiative Klima.Werk so als Vor-Denker und Vor-Macher zu positionieren, haben wir eine Markenwelt geprägt, die sowohl zeitgemäß als auch zukunftsgerichtet ist. Nachhaltig und klimabewusst in der Anmutung, klar, aktivierend und lösungsorientiert in der Umsetzung.

Anwendung

Dieser Styleguide dient professionellen Mediengestalter:innen als Hilfe bei der Umsetzung des Corporate Designs der Zukunftsinitiative Klima.Werk und dessen Anwendung in verschiedensten Medien. Alle offene Daten finden Sie im Anhang.

Für Klima.Werkende, die im Arbeitsalltag für die Zukunftsinitiative Klima.Werk kommunizieren, steht der „Styleguide Basic“ mit vorformatierten Vorlagen unter anderem für MS Office zur Verfügung.

Für Rückfragen und benötigte Materialien und Vorlagen steht Ihnen die Marketing Managerin der Zukunftsinitiative Klima.Werk gerne zur Verfügung:



Jördis Wölk
 Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit
 Marketing Managerin
 Zukunftsinitiative Klima.Werk

Emschergenossenschaft/Lippeverband
 Kronprinzenstraße 24
 45128 Essen

Telefon +49 (0)201 104-2957
 woelk.jette-joerdis@eglv.de



Die Markenwelt

EINE INITIATIVE FÜR DIE ZUKUNFT

Um unseren Einsatz für mehr Klimaresilienz in der Region sichtbar zu machen und die Zukunftsinitiative Klima.Werk so als Vor-Denker und Vor-Macher zu positionieren, haben wir eine Markenwelt geprägt, die sowohl zeitgemäß als auch zukunftsgerichtet ist. Nachhaltig und klimabewusst in der Anmutung, klar, aktivierend und lösungsorientiert in der Umsetzung.

Das Markenlogo

Das Logo ist der Kern der Markengestaltung und somit integraler Bestandteil der Zukunftsinitiative Klima.Werk. Das Logo darf nur unter Rückgriff auf die Originaldateien verwendet werden und kann folglich nur in den nachfolgenden Varianten genutzt werden. Die Größenverhältnisse und Proportionen sind hierbei fest definiert. Sämtliche Varianten des Markenlogos stehen auf der Webseite unter der Rubrik „Marketingunterlagen“ zum Download zur Verfügung.

1A_Markenlogo ZI Klima.Werk ohne Claim



Diese Version des Markenlogos wird primär eingesetzt und existiert in zwei unterschiedlichen Versionen: einmal mit Claim und einmal ohne Claim.

1B_Markenlogo ZI Klima.Werk mit Claim



2A_Markenlogo ZI Klima.Werk (Querversion links)



2B_Markenlogo ZI Klima.Werk (Querversion rechts)

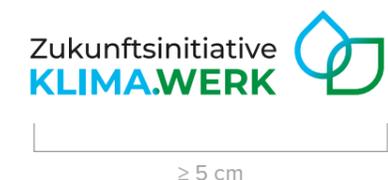


Die Querversionen sind für den Einsatz in schmalen Logoleisten oder auch auf querformatigen Layoutflächen (z. B. bei Give-Aways) vorgesehen. Steht das Logo allein im Layout, sollte die „Querversion links“ verwendet werden.

3A_Markenlogo ZI Klima.Werk (Smallversion links)



3B_Markenlogo ZI Klima.Werk (Smallversion rechts)



Die Smallversionen werden ab einer Breite von weniger als 5 cm verwendet.

Farbvarianten



Basisvariante zum Einsatz auf weißem oder hellem Hintergrund.



Halbtonvariante für die Verwendung bei einfarbigem Schwarz-Weiß-Druck.



Strichvariante zum Beispiel für den Einsatz von Stempeln oder die Gestaltung von Give-Aways per Siebdruckverfahren, bei denen keine Auf-rasterung der Farben möglich ist.



Bunte Negativvariante für den Einsatz auf schwarzen Hintergründen.



Negativvariante für den Einsatz auf dunklen Hintergründen, bei denen nicht genügend Kontrast für den Einsatz der bunten Negativvariante (siehe links) gegeben ist.

Schutzräume

Schutzräume sind einzuhalten, um die Trennung des Markenlogos von anderen Zeichen zu gewährleisten.



Markenlogo – Anwendungshilfe

Die nachfolgende Übersicht soll zur sachgemäßen Verwendung des neuen Markenlogos beitragen.

Sämtliche Versionen und Farbvarianten des Markenlogos stehen in den folgenden Farbräumen zur Verfügung:

„CMYK“ mit einer Auflösung von 300 dpi im EPS-Dateiformat

für hochwertige Druckproduktionen z. B. im Offset-Druck.

Diese Version ist verlustfrei skalierbar.

„RGB“ mit einer Auflösung von 150 dpi im PNG-Dateiformat

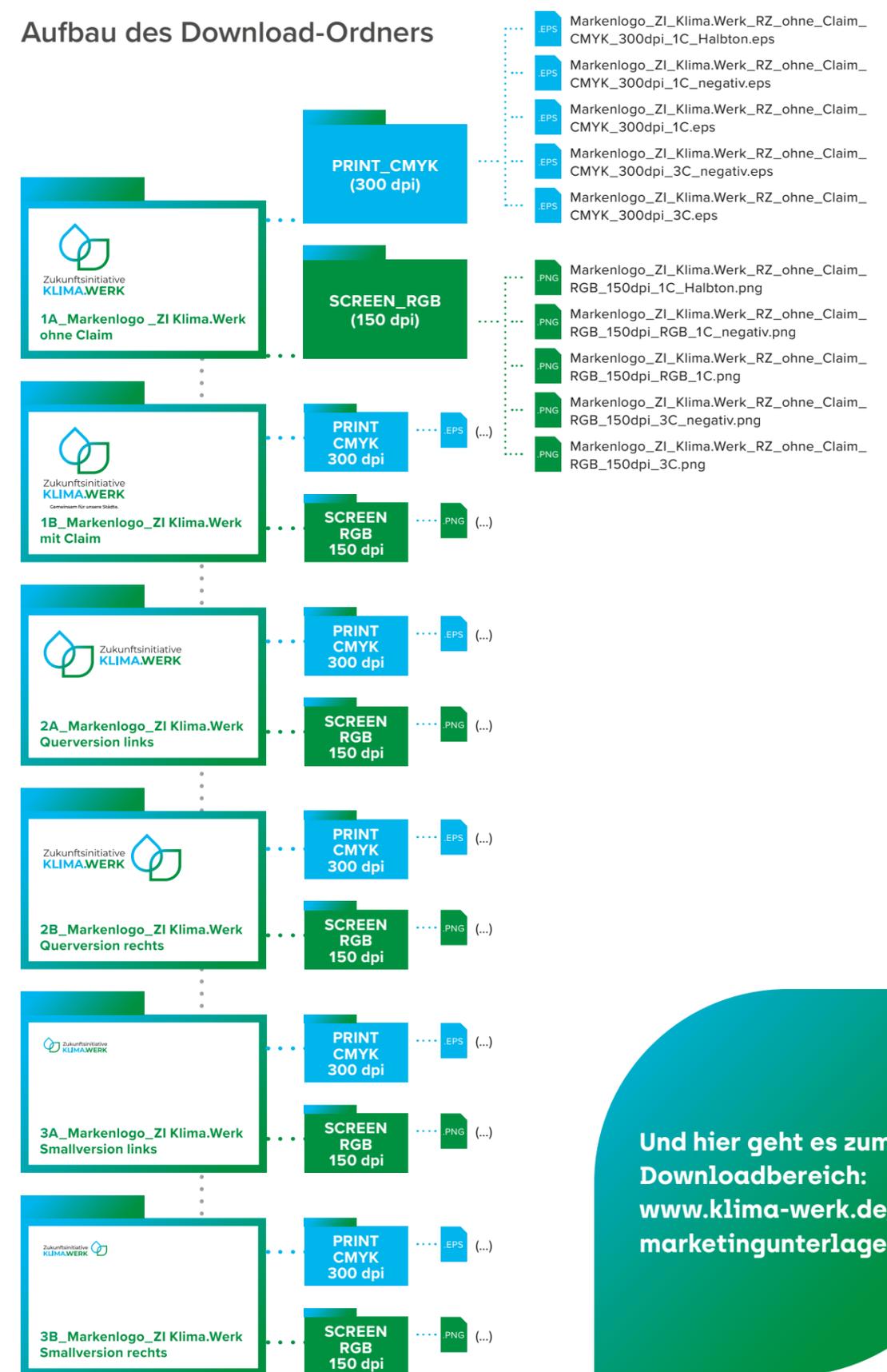
für digitale Anwendungen wie z. B. in den Office-Programmen Word, Excel oder PowerPoint.

Dateinamen

Die Dateinamen bauen sich aus verschiedenen Bestandteilen auf:



Aufbau des Download-Ordners



Und hier geht es zum Downloadbereich:
www.klima-werk.de/marketingunterlagen



Die Markenhierarchie

Die Stärke der Zukunftsinitiative Klima.Werk liegt im Zusammenwirken vieler verschiedener Vor-Denker und Vor-Macher. Die EGLV agiert hier als Herausgebermarke. Um die EGLV sowie die diversen Partner prägnant neben der Zukunftsinitiative Klima.Werk zu positionieren, ist eine Markenhierarchie notwendig. Die Markenhierarchie definiert diese Positionierung, damit Dachmarke, Herausgeber und Partner in der gesamten Kommunikation der Zukunftsinitiative Klima.Werk kohärent vertreten sind.



Einbindung der Marke und der Partner auf der Singlepage



Einbindung der Marke und der EGLV als Herausgeber im Footer auf der Singlepage

Verwendung der Logoleiste

Die Logoleiste setzt sich immer aus der Herausgebermarke „EGLV“ gefolgt von den Stadtwappen der Partner in alphabetischer Reihenfolge zusammen. Sie wird prominent auf den Titelseiten von Broschüren oder gegebenenfalls auch auf Einzelseiten platziert, um das Zusammenwirken der vielen Vor-Denker und Vor-Macher zu stärken.



Broschüren titel



Broschürenrückseite

Sonderfall

Wenn das Markenlogo der Zukunftsinitiative Klima.Werk neben weiteren Logos eingesetzt wird, so ergibt sich das zu verwendende Logo immer aus dem Verhältnis zum EGLV-Logo. Im Falle des klassischen EGLV-Markenlogos wird auch die Grundform des Logos der Zukunftsinitiative verwendet. Sofern die kleine Version des EGLV-Logos auftaucht oder der Einsatz es anderweitig erfordert, findet die Smallversion der Zukunftsinitiative Verwendung.



Co-Branding – Darstellung der Zusammengehörigkeit

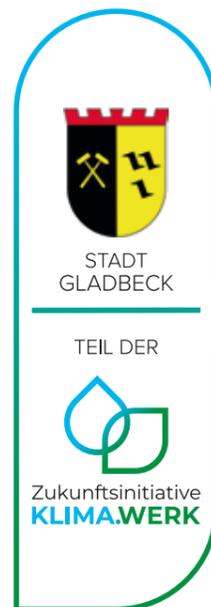
Das Co-Branding-Signet als Zeichen der Zugehörigkeit

Die in der Zukunftsinitiative Klima.Werk organisierten Kommunen und die EGLV positionieren sich als Teil von ihr und repräsentieren so ihren kollaborativen Gedanken. Die einzelnen Kommunen bilden so kommunikativ eine Einheit – die Zukunftsinitiative Klima.Werk.



Ein Badge als Schutzraum – Einfache Einbindung in das CD der Kommunen

Mit dem Badge entsteht ein geschützter Raum, innerhalb dessen das CD der Zukunftsinitiative Klima.Werk für sich stehen kann. Als Badge kann das Co-Branding-Signet problemlos in die Kommunikationsumgebung der Kommunen und bei Bedarf bei der EGLV eingebunden werden und wird so einfach nutzbar.



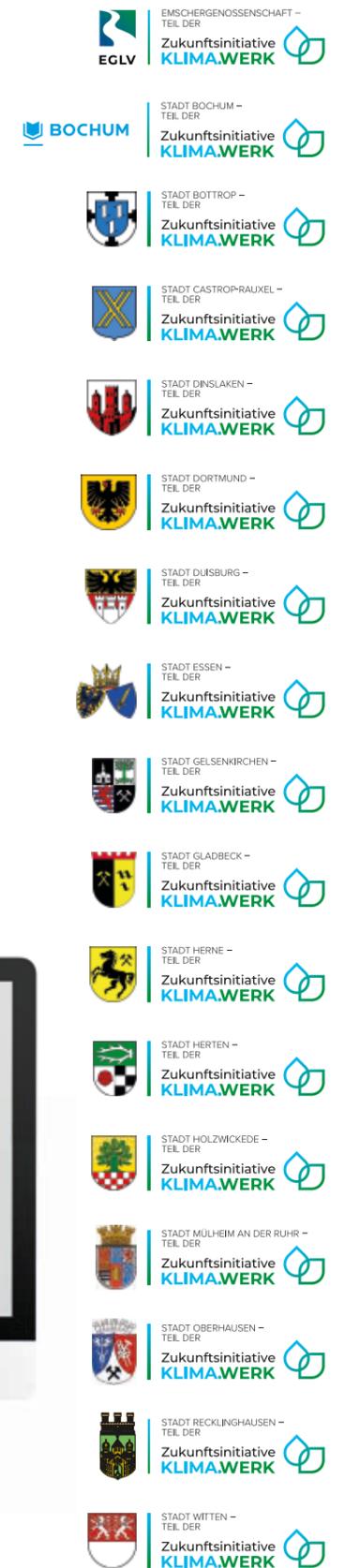
Hinweis
Wird die Absenderkennung über das Co-Branding-Signet geleistet, so ersetzt dies das Markenlogo Klima.Werk; dieses wird nicht zusätzlich genutzt. Für die Stadt Bochum wird zudem lediglich die offene Variante im Querformat genutzt. Diese liegt als Farb- und Negativ-Version vor.

Das Co-Branding-Signet ist für die Kommunen leicht nutzbar und schafft die Verbindung zur Zukunftsinitiative Klima.Werk:

- Wappen und Textintegration weisen die jeweilige Kommune als Absender aus
- Die Marken-Hierarchie wird erfüllt:
 - Kommunen/EGLV bilden als gleichberechtigte Partner die Zukunftsinitiative Klima.Werk
- Die Formulierung „ein Teil“ sowie die Darstellung hebt den Netzwerk-Gedanken hervor, ohne das eigene CD zu verlassen
- Flexible Einbindung in verschiedene Formate (Web, Print, Social Media etc.)
- Einfaches Hinzufügen durch Badge-Version
- Die offene Variante darf nur auf weißem Hintergrund verwendet werden. Sonderfall ist hierbei die Stadt Bochum, für die die offene Variante in einer Negativform existiert und bei farbigen Hintergründen oder auf Bildern eingesetzt werden kann.



Fiktive Anwendungsbeispiele (Einbindung des Co-Branding-Signets auf Broschürenentitel und als Badge auf kommunaler Website)



Darstellung Fördermittel

In der Kommunikation von Projekten, die mithilfe von Fördermitteln umgesetzt wurden, muss der Fördermittelgeber genannt werden. Für diese Einbindung wurde ein Badge entwickelt, das auf Medien, die im Zusammenhang mit der Förderung stehen, platziert werden soll.

Abbinder zur KRIS-Förderung



Abbinder im Querformat



Abbinder im Hochformat

Abbinder zur ZVR-Förderung



Abbinder im Querformat



Abbinder im Hochformat

Hinweis
Sobald ein Projekt aus Fördermitteln realisiert wurde, bitte das betreffende Badge am Ende des Inhalts des entsprechenden Mediums integrieren.

Wasser.Zeichen

Projekte, welche die Ziele der Zukunftsinitiative Klima.Werk in besonderem Maße verkörpern, können mit dem „Wasser.Zeichen“ ausgezeichnet werden:

1. Hauptplakette



Plakette Wasser.Zeichen



Die Plaketten können für eine Wand- oder Stelenbefestigung produziert werden.

Zudem können, in Abhängigkeit des Projektes, zusätzliche Plaketten zur näheren Beschreibung verliehen werden:

2. Plakette Projekt



Zur Erläuterung des Projektes kann diese Plakette als Zusatz angebracht werden.

3. Plakette Förderung



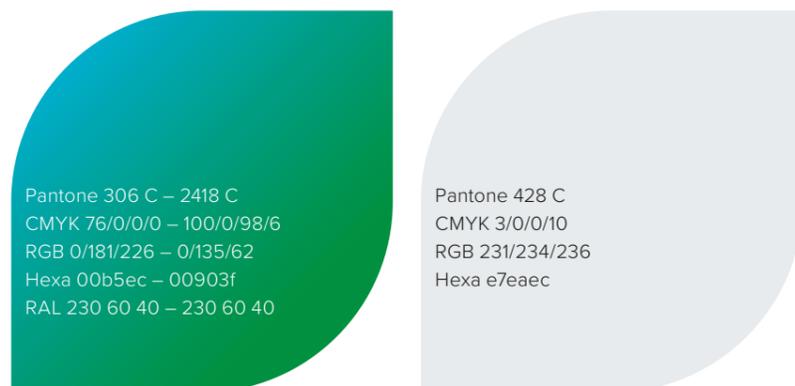
Zur Kennzeichnung des Fördermittelgebers kann diese Plakette als Zusatz angebracht werden.



Farben

Ebenso sind die Farben wesentlicher Bestandteil des Corporate Designs und tragen zum Charakter der Marke Zukunftsinitiative Klima.Werk bei.

Primärfarben



Sekundärfarben



Tertiärfarben

Typografie

Auch der Einsatz der Typografie unterstreicht den Charakter der Marke. Die Proxima Nova bleibt dabei dezent, klar und ehrlich und ist die wesentliche Schrift, die zum Einsatz kommt. Einzelne Akzente setzt die Archia, die als Schmuckschrift dient und zum Beispiel bei Zitaten Anwendung findet.

Logo-Font – Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 WXYZÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 rstuvwxyzäöü 1234567890SS+
 -#<,>:;!*`´

Satzschrift – Proxima Nova

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 YZÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 yzäöü1234567890SS+--#<,>:;!*`´

- Thin/Italic Proxima/Nova
- Light/Italic Proxima/Nova
- Regular/Italic Proxima/Nova
- Medium/Italic Proxima/Nova
- Semibold/Italic Proxima/Nova
- Bold/Italic Proxima/Nova
- Extrabold/Italic Proxima/Nova
- Black/Italic Proxima/Nova

Schmuckschrift – Archia

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 XYZÄÖÜabcdefghijklmnopqrst
 uvwxyzäöü 1234567890SS+--#<,
 .>:;!*`´

A B C

Hinweis
 Aus lizenzrechtlichen Gründen dürfen die Schriften nicht zum Download bereitgestellt werden. Sie sind unter www.myfonts.com oder über das Typekit der Adobe Creative Cloud käuflich erwerbbar.



Bildsprache / Image

- ◊ Die Image-Motive verbinden blaue und/oder grüne Elemente mit der Region.
- ◊ Nicht umweltfreundliche Materialien wie Plastik oder Einwegartikel sind zu vermeiden.
- ◊ Der Mensch steht im Fokus, wobei auf ein geeignetes Maß an Diversität zu achten ist.
- ◊ Die Bilder sind authentisch und ehrlich, glaubwürdig und nah – eine offene Körperhaltung erzeugt einen sympathischen Eindruck.
- ◊ Leichte Tiefenunschärfe unterstreicht die emotionale Wirkung.

Glaubwürdig



Regional



Bildsprache / Portraits

- Der Mensch steht im Mittelpunkt.
- Wir stellen Macherinnen und Macher vor, menschlich und glaubwürdig.
- Die Menschen sind entschlossen, positiv und offen.
- Wir setzen neutrale Portraits für alle verschiedenen Anwendungen ein.
- Das Licht ist spannend, moduliert und kontrastreich.
- Die Bildsprache für Portraits wird in Studio- und Real-Settings gleichermaßen angewandt



Offen

Neutraler Hintergrund



Positiv



Kontrastreich



Spannendes Licht



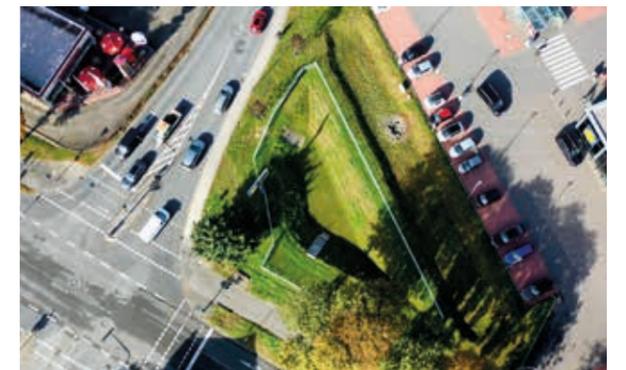
Bildsprache / Projekte

- Die Projektfotografie ist klar und detailreich in der dokumentarischen Darstellung.
- Die Bildsprache ist perspektivisch neutral und hochwertig.
- Drohnenaufnahmen kommen zum Einsatz, um komplexe geografische Verhältnisse zu zeigen, Spannung aufzubauen und die Projekte in Szene zu setzen.
- In der Projektfotografie wird keine Tiefenunschärfe genutzt.

Detailreich



Klare Perspektive



Drohnen- aufnahmen



Bildsprache / Zukunftsbilder

- ◊ Zukunftsbilder zeigen den Status von Projekten im finalen Zustand, bevor diese umgesetzt werden.
- ◊ Sie werden innovativ, modern und zukunftsorientiert inszeniert, bewegen sich aber immer im Rahmen der realistischen, geplanten Umsetzung.
- ◊ So möglich, wird die Plakette „Wasser.Zeichen“ im Zukunftsbild integriert.
- ◊ Fotos aktueller Situationen werden durch 3D-Renderings ergänzt, um die Zukunftsvision zu bebildern.
- ◊ Großzügige Landschaftsbilder mit hoher Perspektive schaffen einen visionären Eindruck.

Renderings



Ist



Soll



Die grafischen Elemente

Zur Ausgestaltung der Zukunftsinitiative Klima.Werk in allen möglichen Anwendungsfällen gibt es definierte grafische Elemente. Diese ergeben sich aus der vorangegangenen Markengestaltung.



Ein essenzielles Gestaltungselement der Zukunftsinitiative ist die Form des Signets. Sie wird bei Flächen- und Bildformen sowie als Schmuckelement zitiert.



Je nach Anforderung können aus dem zitierten Signet auch Einzelelemente in verschiedenen Gestaltungsvarianten verwendet werden.



Wenn Einzelpersonen prominent inszeniert werden sollen, wird ein Portrait in Kombination mit einem Namensschild in den Markenformen verwendet.

Fakten
 eum non corit quossunt valoribea dolupta eperumente nus, officabore num, eatenda quis eum sim quod et dollam qui cus perae nulla inciis imusapiet acepelecus unt laci-dercitem lit et volorrovid quo inullab.

Kennzahlen:

- Piet que essimet mi, cusandi ciisque voluptusam est, ut volendit derum sim voluptatiist eos idi id ut as
- Niaes consequos dipsanis arundit qui ut ello tenecessimo quibus
- Facillu ptaqui dolorec teculla tiusdam doluptas imus sitatem simi, num voluptis reptat et eum volendi blaborum fugiamet et rest arum quam fugiti sus

Um Fakten textlich einzusetzen, können informative Textboxen in Markenfarben eingebaut werden. Generell sollten diese Elemente in Kombination auf einer Seite eine einheitliche Strichstärke aufweisen.

”
Oluptaec uptatessit, officabores niet dolendit que volore voluptiate valoribusant magnimus acesti vidernam quo maximet, sumquo eum es pratint preptatiur.
 Max Mustermann, Funktion und Unternehmen

Zitate werden in vollflächig kolorierten Textfeldern in Form der Signet-Elemente angelegt.

Info
 corit quos-sunt valoribea dolupta eperumente nus, officabore num, eatenda quis eum sim quod et dollam qui cus perae nulla inciis imusapiet acepelecus unt Ullendi aciendi consecae posapient et et quasit volecto mi, occullciis.

Infotexte und Randnotizen können in Outlines der Signet-Elemente eingebettet werden.

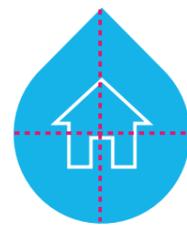
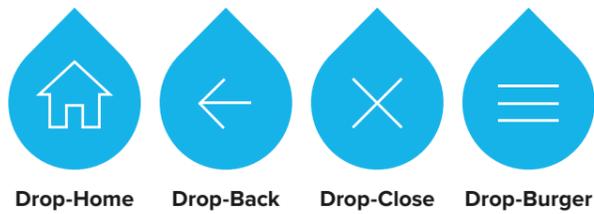


UI/UX-Elemente

Auch im digitalen Umfeld tritt die Zukunftsinitiative Klima.Werk einheitlich und wiedererkennbar auf. Damit diese visuelle Stringenz optimal von den User:innen wahrgenommen wird, kommen die folgenden, optimierten UI- und UX-Elemente zum Einsatz.

Burger- & Drop-Menü

App-Navigationselemente
Einbindung auf Bild und Weiß



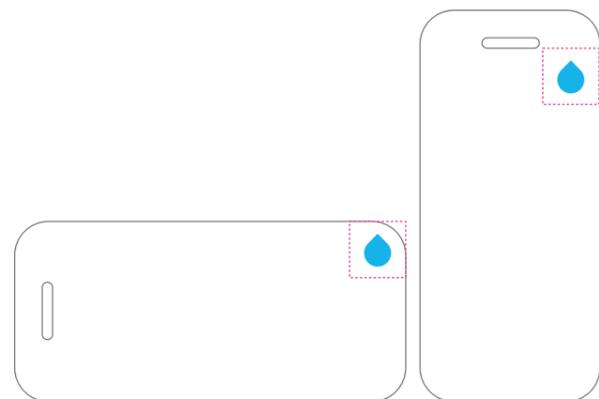
Breite mindestens 50 px
Höhe mindestens 60 px
Basisstrichstärke 1 px



Einbindung auf Bild und Weiß



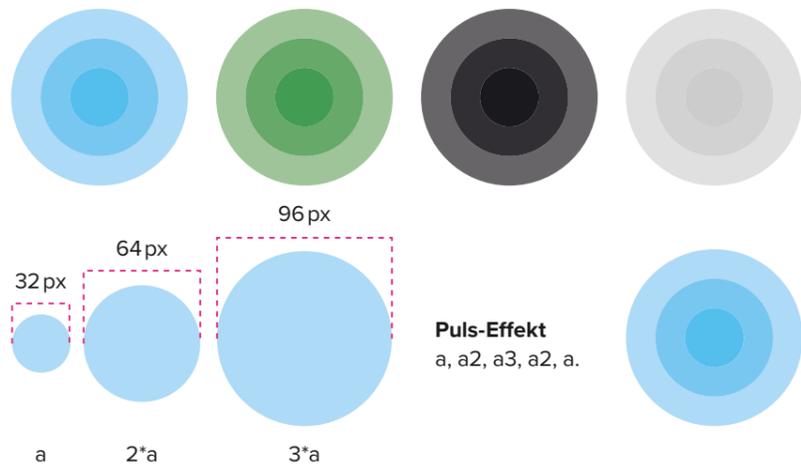
Einbindung auf Grün, Blau und Farbverlauf



Finger-Tap

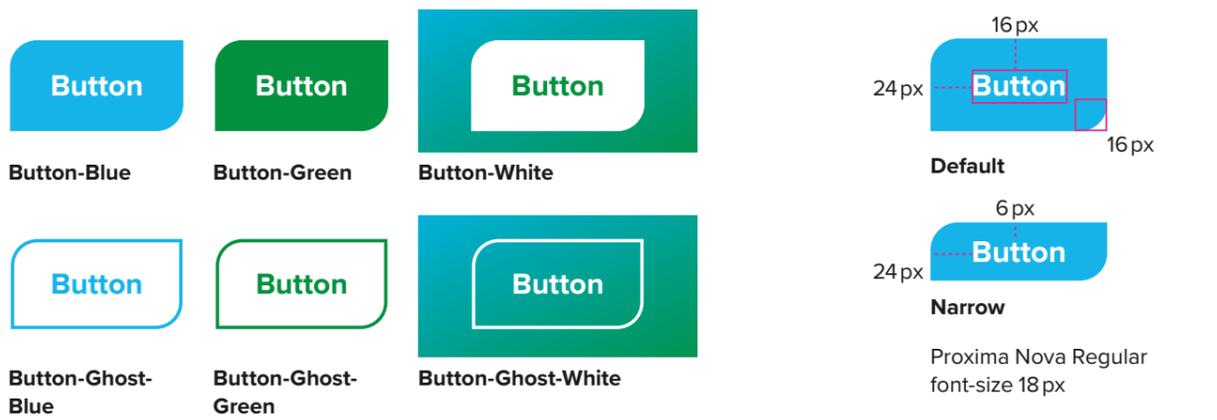
Touchable Interaction

Wird eingesetzt, um zu signalisieren, dass eine mit dem Finger ausführbare Interaktion stattfinden kann. Einsatz immer nur dann, wenn kein anderes Interaktionselement (Button, Link) vorhanden ist. Beispiel: AR-Raum, Image-Maps



Puls-Effekt
a, a2, a3, a2, a.

Buttons

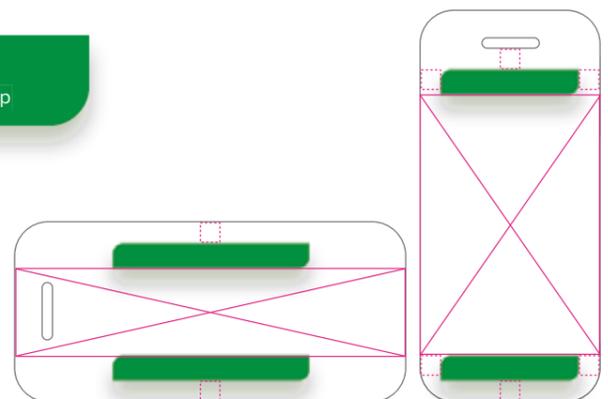


24 px
16 px
Default
6 px
24 px
Narrow
Proxima Nova Regular
font-size 18 px

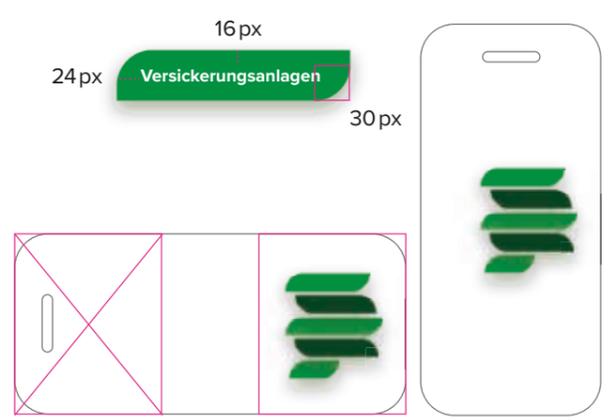
Kapitel-Teaser/Notification



Wird eingesetzt als Notification oder als „Kapitel-Überschrift/-Teaser“



Quick-Navigation



Proxima Nova Regular
font-size 18 px



Icon-Katalog (Auszug)

Um verschiedene Themen der Zukunftsinitiative Klima.Werk maximal plakativ darstellbar zu machen, wurde passend zur Markengestaltung der folgende Icon-Katalog entwickelt.

Allgemein

Ein starkes Netzwerk	Schwammstadt	Baumrigolen	Multifunktionale Flächen	Lebenswerte Straßen	Klimawandel	Prozesssteuerung	Spiegelorganisation
Gemeinsame Gestaltung	Voneinander lernen	Know-how nutzen	Lexikon				

Events

Expertenforen Dach	Portrait	Meeting	Whiteboard	Workshops	Imagefilm	Informationen	Erklärfilm
Gästebuch	Hilfe A	Hilfe B	Umfrage				

Themen aus den Expertennetzwerken

Expertennetzwerk Dach	Kommunikation	Betrachtungsräume	Wassersensible Gebühren-gestaltung	Transformation	Gesundheitsfördernde Stadt-entwicklung	Onboarding	Wissensmanagement
Agile Verwaltung	Wasser, Straße, Recht	Financial Engineering	Kontakte knüpfen	Leitbild	Umweltbildung (BNE)	Starkregenvorsorge	Stadtnatur/Biodiversität
Klimaanpassungsmaßnahmen	Regionaler Hitzeaktionsplan	Integrale Planung					

Icons zum Thema Schwammstadt

Aufenthaltsqualität, Schutz vor Überflutungen und Trockenheit	Mikroklima verbessern	Entsiegeln und Biodiversität erhöhen	Regenwasser dezentral bewirtschaften	Mischwasser-Überläufe reduzieren	Regen- und Grauwasser-Recycling	Flächen multifunktional nutzen	Serviceorganisation

Icons zum Thema Fördermöglichkeiten

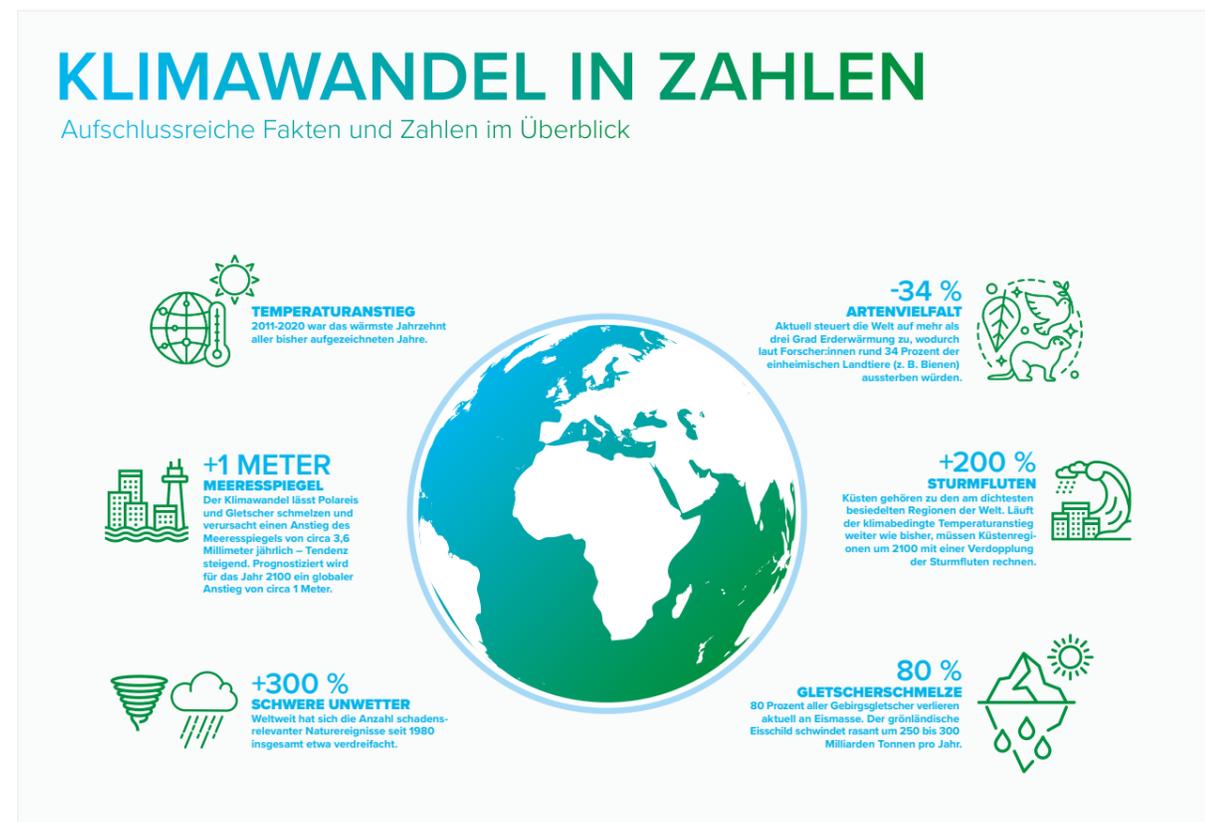
Antragsempfänger	Initiator	Antragsteller	Berater	Dienstleister	Vermittler



Die Aufbereitung komplexer Inhalte

Um die umfangreicheren Inhalte der Zukunftsinitiative ebenfalls kommunikativ verständlich aufzubereiten, gibt es verschiedene mögliche Darstellungen für Fakten, Schaubilder, Tabellen, Diagramme und weitere Infografiken.

Infografiken



Infografik 1



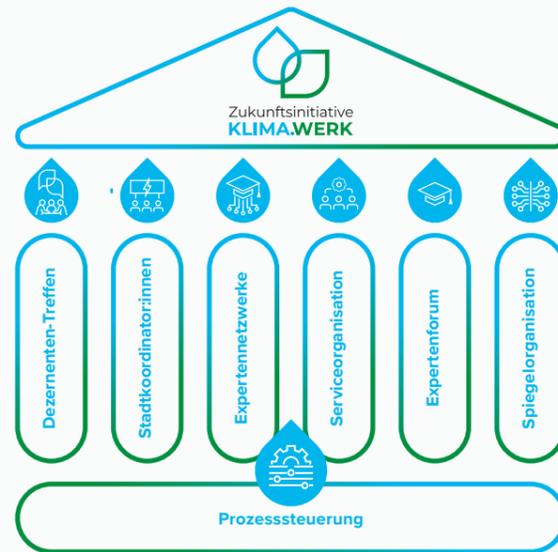
Infografik 2



Infografik 3



DIE 6 SÄULEN DER ZUKUNFTSINITIATIVE KLIMA.WERK



Infografik 4

EIN STARKES NETZWERK

Diese 16 Kommunen engagieren sich gemeinsam mit der Emschergenossenschaft in der Zukunftsinitiative.



Infografik 5

Tabellen

Tabelle 1

LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE
Lorem ipsum	Lorem ipsum	Lorem ipsum	Lorem ipsum
Acero bla as rem faciu			
Et que sitat estiasp			
Erovit essuntem	Erovit essuntem	Erovit essuntem	Erovit essuntem

Tabelle 1: Fußnote lorem ipsum dolore

Tabelle 2

LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE
Lorem ipsum	Lorem ipsum	Lorem ipsum	Lorem ipsum
Acero bla as rem faciu			
Et que sitat estiasp			
Erovit essuntem	Erovit essuntem	Erovit essuntem	Erovit essuntem

Tabelle 2: Fußnote lorem ipsum dolore

Tabelle 3

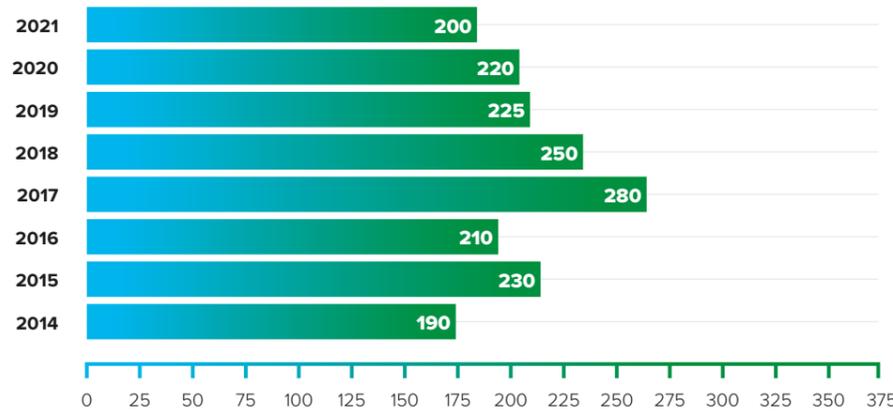
LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE	LOREM IPSUM DOLORE
Lorem ipsum	Lorem ipsum	Lorem ipsum	Lorem ipsum
Acero bla as rem faciu			
Et que sitat estiasp			
Erovit essuntem	Erovit essuntem	Erovit essuntem	Erovit essuntem

Tabelle 3: Fußnote lorem ipsum dolore



Plakative Diagramme

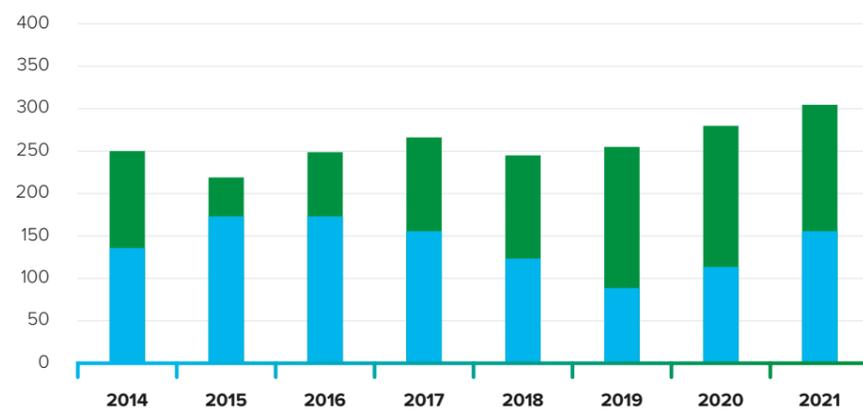
Ut et eicillia vel maiosa cum quo quasit



Fußnote Diagramm: Ut et eicillia vel maiosa cum quo quasit, core dolesequate plici ommos explaborro quo odipsan imporibus Mil ex eserspis et, nos dolorro

Balkendiagramm quer

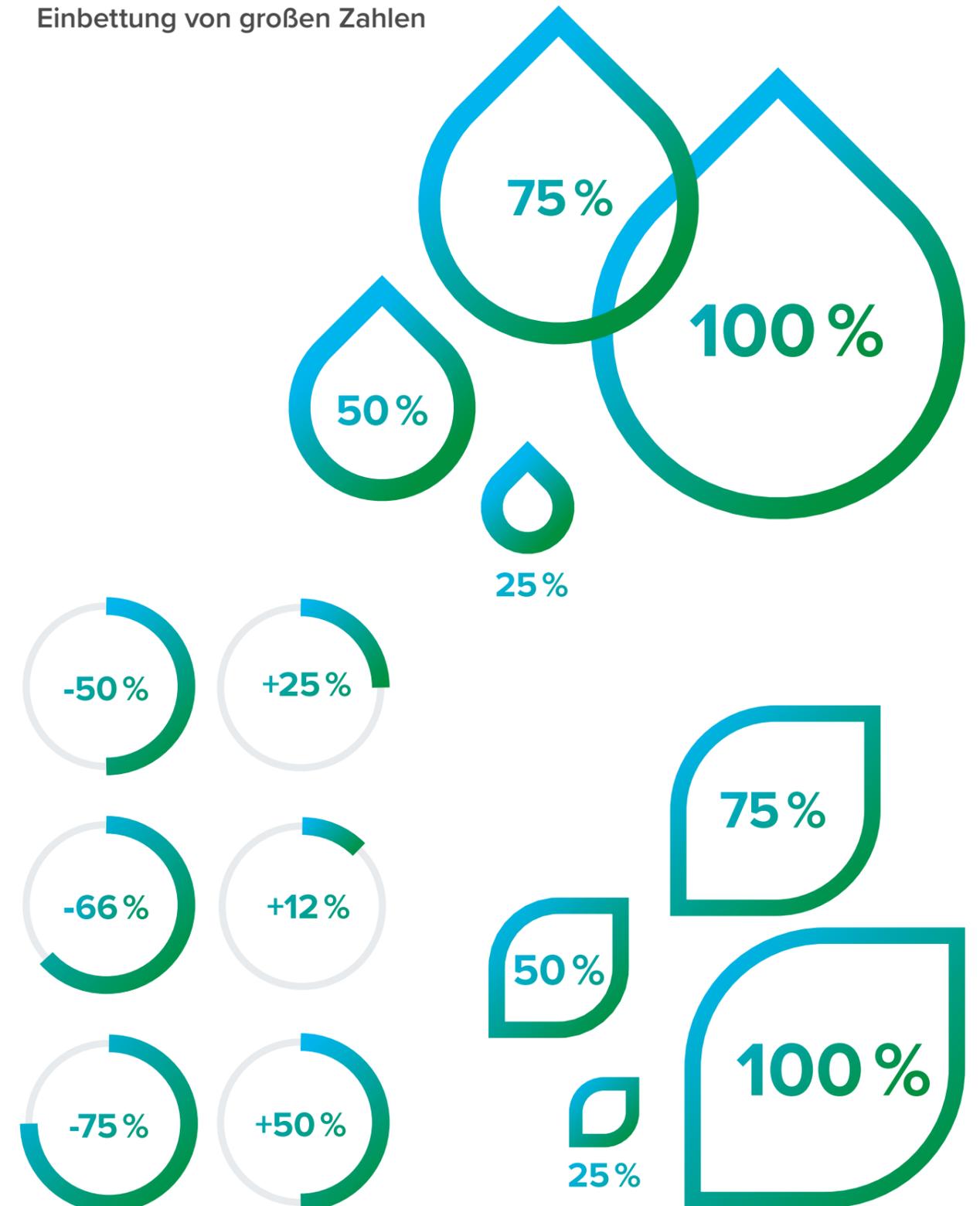
Ut et eicillia vel maiosa cum quo quasit



Fußnote Diagramm: Ut et eicillia vel maiosa cum quo quasit, core dolesequate plici ommos explaborro quo odipsan imporibus Mil ex eserspis et

Balkendiagramm hoch

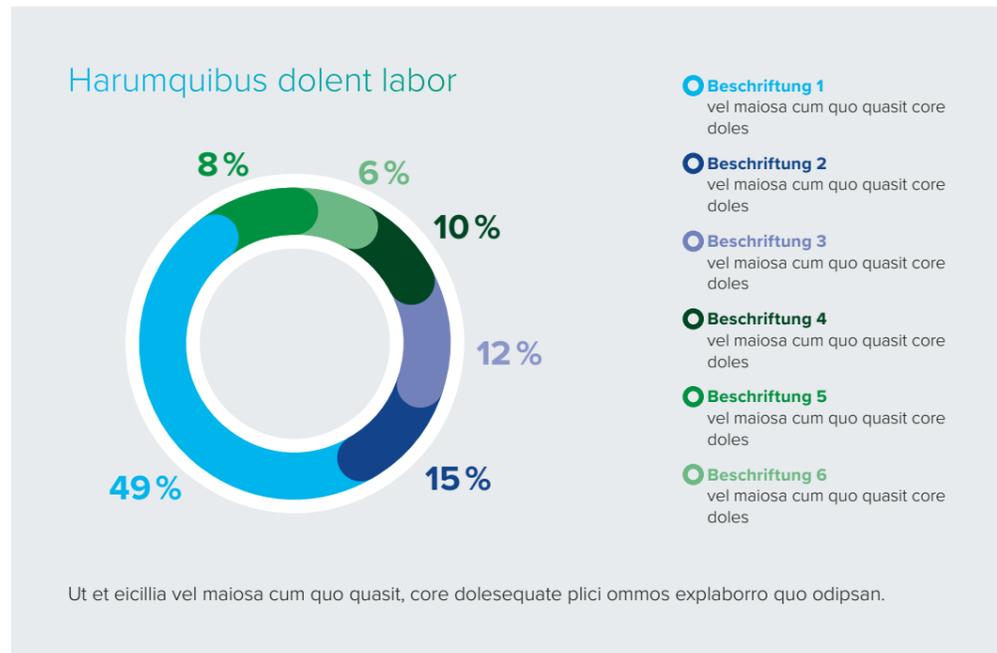
Einbettung von großen Zahlen



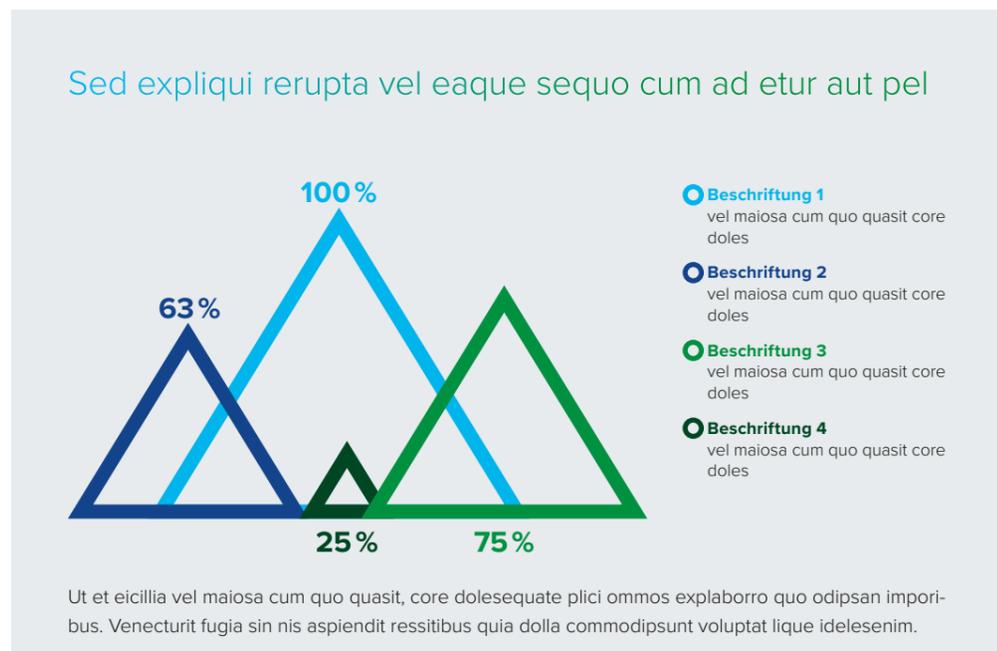
Kreisdiagramme mit Zahlenwerten



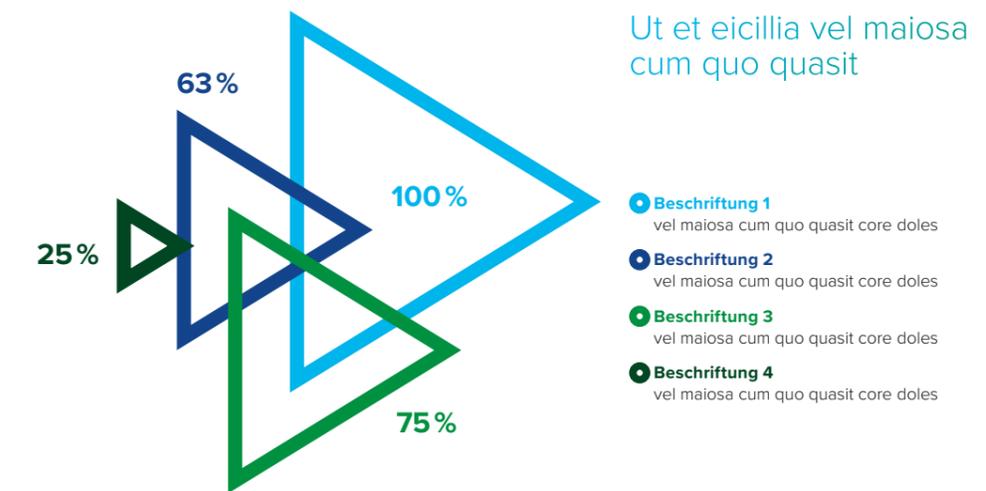
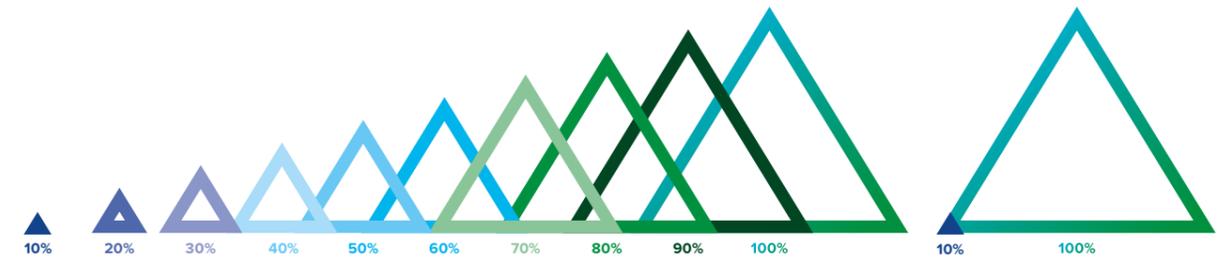
Komplexe Diagramme



Infotafel 1



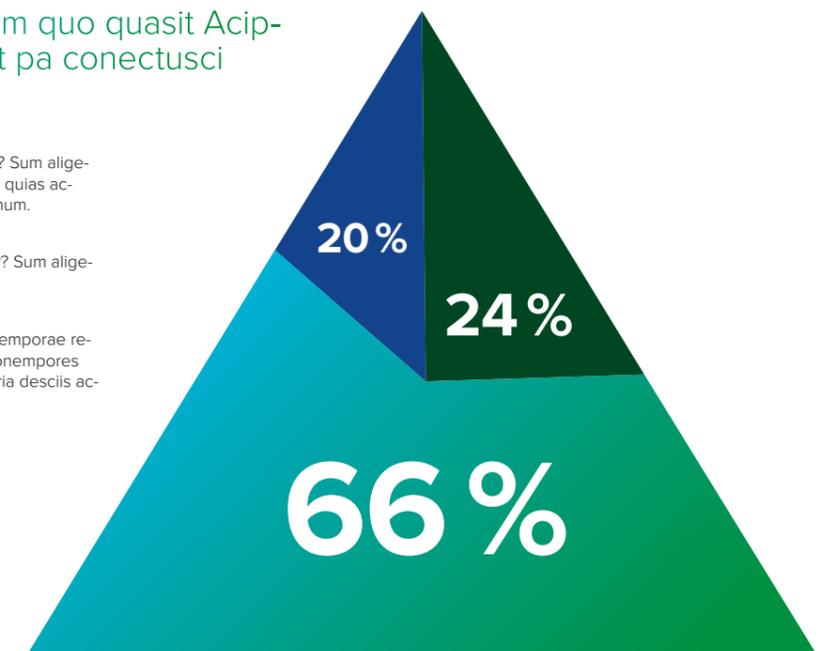
Infotafel 2



Vergleichsdiagramme

Ut et eicillia vel maiosa cum quo quasit Acip- susd aesseri ant lis sitat et pa conectusci

- Beschriftung 1**
vel maiosa cum quo quasit core doles Senitatur? Sum aligeniet moluptat asit ute accumqui dit, ea velia sum quias accumque nosaecum lacipiciis re vendam, omnisinum.
- Beschriftung 2**
vel maiosa cum quo quasit core doles. Senitatur? Sum aligeniet moluptat asit ute accumqui dit, ea velia.
- Beschriftung 3**
vel maiosa cum quo quasit core doles Rorruptat emporae reperia et est ea quidere henetur am simusdae nonempores volo eictota simulup taturem porest, eium ipsaeria descis ac-cumquati unt ime labor simus.



Anteilsdiagramm



Interne Kommunikation

FÜR VIELE VOR-MACHER

Um die Zukunftsinitiative Klima.Werk erfolgreich in die Welt zu tragen, muss zuerst eine erfolgreiche interne Kommunikation stattfinden. Damit die Zukunftsinitiative zum strahlenden Beispiel werden kann, braucht es viele begeisterte Vor-Denker und Vor-Macher, die gemeinsam mit gutem Beispiel vorangehen. Dazu dienen interne Kommunikationsmittel im Design der Zukunftsinitiative.



Digitale Vorlagen

PowerPoint-Templates



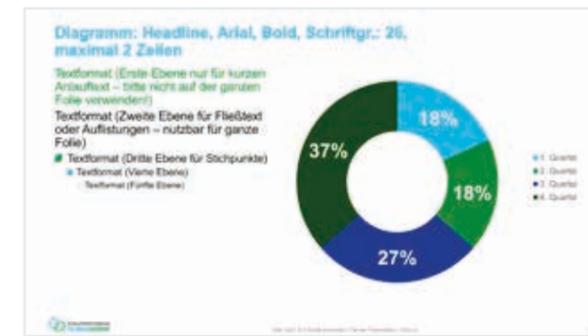
Beispiel: Titelfolie



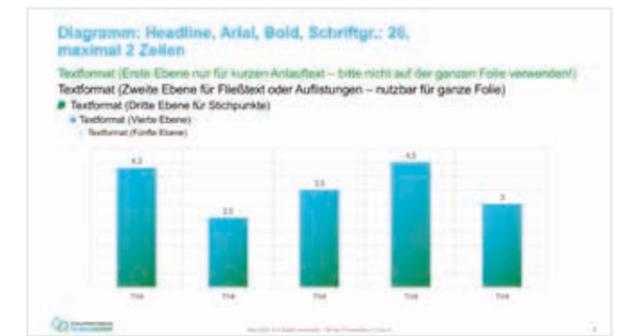
Beispiel: Leere Folie



Beispiel: Kontakt



Beispiel: Titel + Text + Kreisdiagramm



Beispiel: Titel + Text + Balkendiagramm



Beispiel: Agenda



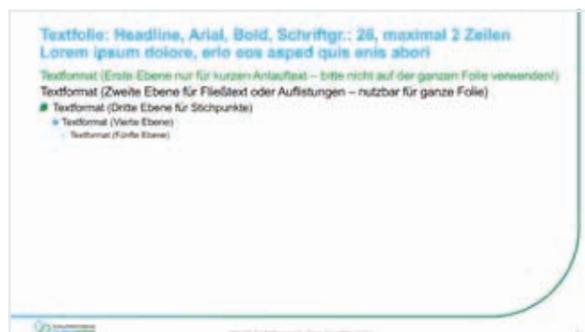
Beispiel: Kapiteltitel



Beispiel: Folie mit Schmuckbildern



Beispiel: Schlussfolie



Beispiel: Text



Beispiel: Text + Motiv



Word-Template



Template mit Erster und Zweiter Seite

Videokonferenzen



Grafischer Hintergrund für Videokonferenzen



Motivische Hintergründe für Videokonferenzen

Externe Kommunikation

FÜR MÖGLICHST VIELE MIT-MACHER

Damit die Zukunftsinitiative bestmöglich für die Zukunft aufgestellt ist, braucht sie schlussendlich eine reichweitenstarke Kommunikation in alle Richtungen. Zu diesem Zweck gibt es den nachfolgenden Vorlagenkatalog für Kommunikationsmaßnahmen im Design der Zukunftsinitiative.



Corporate Materials

Durch den Einsatz unserer Corporate Materials machen wir die Markenwerte der Zukunftsinitiative Klima.Werk auch haptisch erlebbar und tragen so zu einer ganzheitlichen Außenkommunikation, einem harmonischen Erscheinungsbild und langfristig zu einem stringent umgesetzten Markenprofil bei.

Checkliste für nachhaltige Materialien

Diese Prinzipien dienen als Anhaltspunkt zur Bewertung unserer verwendeten Materialien. Je mehr Prinzipien ein Material erfüllt, umso nachhaltiger ist es. Allerdings ist die Nutzung eines Materials immer abhängig vom jeweiligen Einsatzzweck und muss individuell abgewogen werden.

- | | | | |
|-------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| lokal hergestellt | natürlich | (schnell) nachwachsend | biologisch abbaubar |
| CO ₂ sparend | sortenrein | recycelt & recycelbar | cradle2cradle |
| hochwertig | multifunktional | ressourcenschonend | fair & sozial |
| schadstofffrei | haltbar & langlebig | reparierbar | vegan |

<p>Die Mindestanzahl:</p> <p>3 Prinzipien</p> <p>muss ein Material mindestens erfüllen, um in die Corporate Materials aufgenommen zu werden!</p>	<p>Beispiel: Aluminium</p>	<p>Beispiel: Fichte</p>
--	-----------------------------------	--------------------------------



Beispielhafte Materialien

Es ist darauf zu achten, dass stets Materialien verwendet werden, die so nachhaltig wie möglich sind und die zu einem harmonischen und einheitlichen Erscheinungsbild der Zukunftsinitiative Klima.Werk beitragen.

Holz



Bei der Verwendung von Holz sollte möglichst regionales, helles (Nadel-)Holz aus verantwortungsvollen Forstwirtschaften verwendet werden.

Textil



Die Textilien sollten aus natürlichen Materialien bestehen. Wenn nicht anders möglich, kann auch auf recycelte, kunststoffhaltige Textilien zurückgegriffen werden. Diese sind jedoch nachrangig zu verwenden. Grundsätzlich sollte auch auf eine möglichst natürliche Optik geachtet werden.

Metall



Das verwendete Metall sollte sortenrein sowie robust sein und eine schwarze, umweltschonende Beschichtung aufweisen.

Papier



Bei Druckerzeugnissen möglichst auf das Umweltsiegel achten.



Event-Kit-Elemente

Für die Umsetzung eines individuellen Events mit starker Markenwirkung können nachhaltige Kommunikationsmittel der Zukunftsinitiative Klima.Werk zentral ausgeliehen und/oder gebucht werden. Diese Elemente lassen sich individuell mit der jeweiligen Co-Branding-Kennzeichnung und je nach Verwendungszweck mit Zusatzelementen bestücken. Die Bestandteile des Event-Kits werden in praktischen Transporttaschen verpackt und sind dank Aufbauanleitung leicht aufzubauen.



Stellwand „Kommunikation“

Stellwand „Workshop“

Info-Stelen „Schwammstadt“

Exponat „Schwammstadt“



Co-Branding

Lochplatte + Zusatzelemente

Wandelemente

Weitere Module sind in Planung.

Anwendungsbeispiel: Nachhaltige Give-Aways



Glasflaschen, wiederverwendbar

Holz-Clipboard, FSC-zertifiziert

Stoffbeutel aus Bio-Baumwolle

Notizbuch & Stift

Klappstuhl

Anwendungsbeispiel: Modulares Event-Kit

Das Event-Kit ist ein flexibles Baukastensystem – individuell austausch- bzw. anpassbar und für jeden Anlass skalierbar. Vom Mini-Pop-up über einen Workshop-Stand bis hin zum Outdoor-Event ist jedes Szenario möglich.



Die Prinzipien des Baukastensystems

- MODULAR
- KOMPATIBEL
- LANGLEBIG
- GRÜNE MATERIALIEN
- MULTI-FUNKTIONAL
- WIEDER-VERWENDBAR



Print-Medien

Imagebroschüre



Titel



Beispielhafte Innenseiten





Visionäres Projekt in Herten
**GRÜNES WOHNZIMMER
UNTER BÄUMEN**



Beispielhafte Innenseiten



Familienleben von morgen: Städte
wirken den negativen Folgen des
Klimawandels entgegen und
schützen so die Lebensgrundlage
aller Generationen.

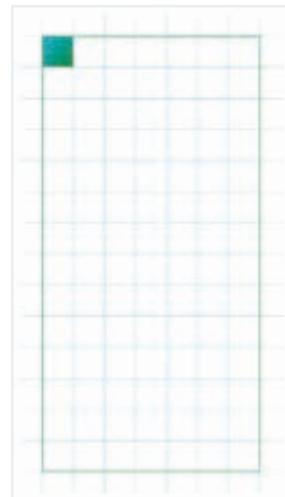


Beispielhafte Innenseiten



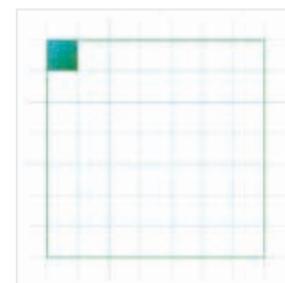
Social Media

Für die Umsetzung von Grafiken und Bildern auf den verschiedenen sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram, LinkedIn und Twitter kommen je nach Thema und Ziel des Beitrags unterschiedliche Formate zum Einsatz.



Story-Format: 9x16

Um eine einheitliche und dennoch abwechslungsreiche Gestaltung der Social-Media-Beiträge zu gewährleisten, stehen modular aufgebaute Vorlagen zur Verfügung, die bei Storys, Bildergalerien oder Karussell-Posts kombiniert werden können.



Visual: 1x1



Link-Teaser: 1,91x1

Zitat-Posts



Teaser-Posts



Zahlen-, Daten-, Fakten-Posts



Karussell-Posts



Bildergalerien

Quadratisch



2 Bilder



3 Bilder



4 Bilder



Landscape



Storys



Nutzung der Hashtag-Funktion: #KlimaWerk

Instagram-Storys

Für die Verwendung in Instagram-Storys steht eine Auswahl verschiedener vorgefertigter Giphy-Sticker zur Verfügung, um den Markenstil der Zukunftsinitiative Klima.Werk auch hier stimmig und interaktiv fortzusetzen. In der Story-Erstellung ist eine Auswahl der Sticker über den **Suchbegriff „Klimawerk“** zu finden. Weitere Suchbegriffe sind den einzelnen Sticker-Kategorien zugeordnet.

Links

Link-Sticker, die über eingebundene Links im Standard-Design von Instagram gelegt werden können.

Suchbegriff:
Klimawerk Link



Farben und Formen



Farbfelder und Formen aus dem Styleguide, auch als Vorlage für die Pipetten-Funktion.

Suchbegriff:
Klimawerk Formen

Co-Branding

Das Co-Branding-Signet in Badgeform.

Suchbegriffe:
Klimawerk Cobranding
Klimawerk [Stadtname]



Icons



Verschiedene thematisch relevante Icons, beispielsweise zu Wetter- und Klimaereignissen.

Suchbegriff: Klimawerk Wetter

Sonstige



Die Sticker-Auswahl wird regelmäßig aktualisiert, zu Veranstaltungen, zur Aktivierung oder zur Information über bestimmte Themen.

Suchbegriff:
Klimawerk sonstige



Filmische Darstellung / Bewegtbild

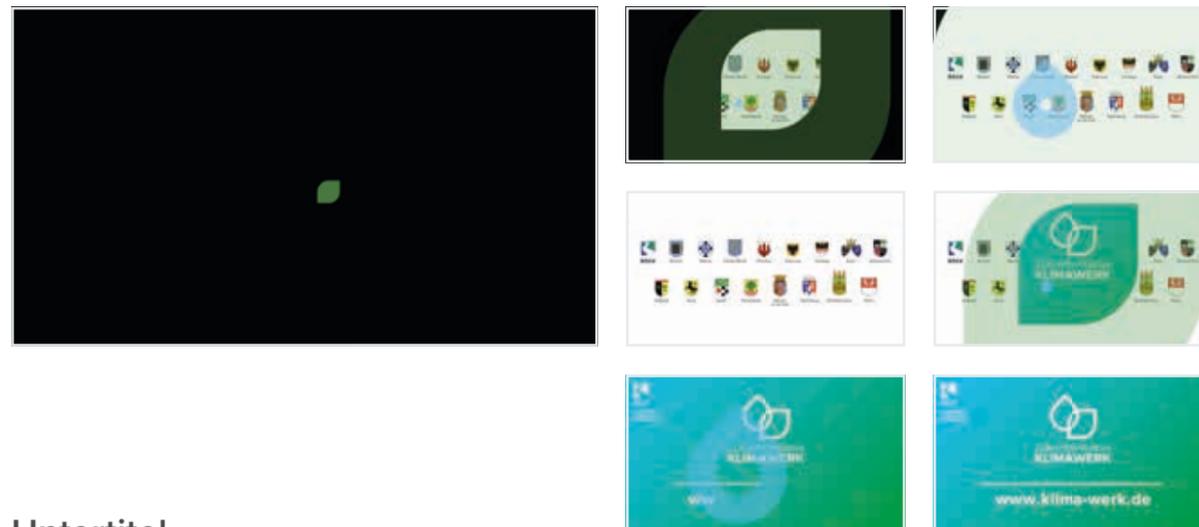
Für die einheitlich filmische Aufbereitung von Projekten der Zukunftsinitiative Klima.Werk wurden ebenfalls Elemente und Animationen entwickelt, um den gemeinsamen visuellen Auftritt zu stärken.

Das Intro



Beispielhafte Animation des Intros

Das Outro



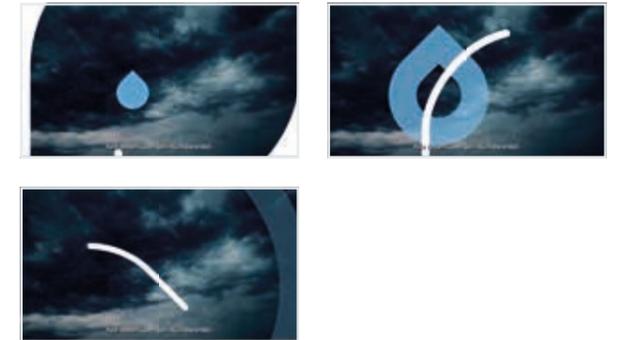
Beispielhafte Animation des Outros

Untertitel



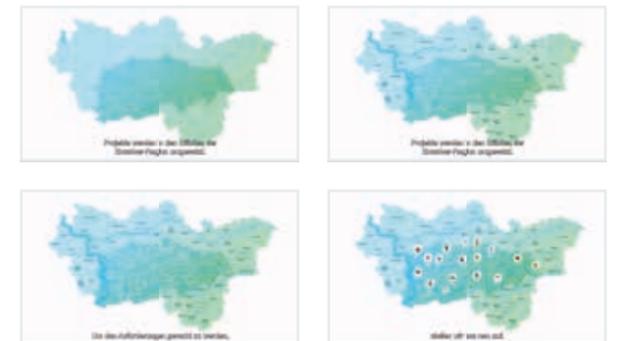
Beispielhafter Untertitel

Die Blende



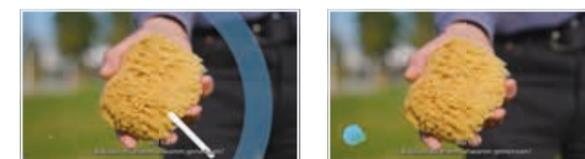
Beispielhafte Animation der Blende

Die Netzwerk-Karte



Beispielhafte Animation der Karte

Die Bauchbinde



Beispielhafte Animation einer Bauchbinde



Imagepräsentation

Vorstellung der Zukunftsinitiative Klima.Werk

Um die Zukunftsinitiative Klima.Werk in Präsentationen einheitlich vorzustellen, können die folgenden Musterfolien unverändert verwendet werden. Diese Folien integrieren sich ohne weitere Anpassung in den Folienmaster und sorgen so für eine einheitliche Inszenierung der Marke.



Erste Folie der Vorstellung Zukunftsinitiative Klima.Werk



Kapiteleinstieg



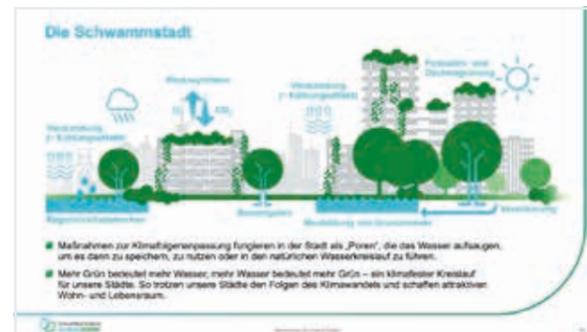
Darstellung des Zeitstrahls



Projektvorstellung



Wirkungskreis der Zukunftsinitiative Klima.Werk



Infografik zur Schwammstadt





EGLV

verantwortlich im Sinne
des Medienrechts

Kontakt

Treten Sie online in Kontakt mit
der Zukunftsinitiative Klima.Werk:
www.klima-werk.de

E-Mail: hallo@klima-werk.de

Impressum

Emschergenossenschaft

Die Emschergenossenschaft ist eine
Körperschaft des öffentlichen Rechts.

Vertreten durch den Vorstand

Prof. Dr. Uli Paetzel (Vorstandsvorsitzender)
Dr. Frank Obenaus
Dr. Dorothea Voss

Vorsitzender des Genossenschaftsrates

Dr. Frank Dudda

Verantwortlich im Sinne des deutschen Presserechts für die Redaktion:

Emschergenossenschaft
Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit
Friedhelm Pothoff
Kronprinzenstraße 24
45128 Essen
Telefon: +49 (0)201 104-0
E-Mail: info@eglv.de

Gestaltung

CP/COMPARTNER

Agentur für Kommunikation

Freiheit 1 (Europaplatz)
45128 Essen
Telefon: +49 (0)201 1095-0
E-Mail: essen@cp-compartner.de
www.cp-compartner.de



Weitere Informationen
und Materialien zur
Zukunftsinitiative finden Sie
unter www.klima-werk.de