



## Guideline

Wort-Bild-Marke des Landesprogramms  
„kinderstark – NRW schafft Chancen“

# INHALT

## Wort-Bild-Marke „kinderstark – NRW schafft Chancen“

1. Hinweise .....	03
2. Aufbau & Schutzzone .....	04
3. Minimalgröße .....	05
4. Größenadaption .....	06
5. Farbigkeit .....	07
6. Farbwelt .....	08
7. Typografie .....	09
8. Unzulässige Anwendungen .....	10
9. Anwendungen Print .....	11
Briefbogen .....	11
DIN A4 Broschüre „Kommunale Präventionsketten“ .....	12
10. Anwendungen Social Media .....	13
Impressum .....	14

# 1. HINWEISE

Die nachfolgenden Hinweise dienen einer einheitlichen Anwendung der Wort-Bild-Marke im Zusammenhang mit dem Landesprogramm „kinderstark – NRW schafft Chancen“. Die Guideline gibt Hinweise zu Größen, Farben und Anordnungen der Wort-Bild-Marke und soll Nutzerinnen und Nutzer Handlungssicherheit in der Anwendung geben. Professionellen Gestaltern dient es als verbindlicher Leitfaden.

Die Wort-Bild-Marke muss verwendet werden, wenn das Kommunikationsprodukt selber aus Mitteln des Landesprogramms finanziert wurde oder es im Zusammenhang mit einem der Förderschwerpunkte des Landesprogramms steht. Zusätzlich zum Logo des Landesprogramms „kinderstark – NRW schafft Chancen“ ist das Logo des Landesministeriums für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration (MKFFI) grundsätzlich bei allen Veröffentlichungen und Werbemitteln zu Angeboten und Maßnahmen aufzuführen, die aus Mitteln des Landesprogramms gefördert wurden. Die Wort-Bild-Marke kann darüber hinaus für alle Aktivitäten und Publikationen der kommunalen Präventionsketten in einer Kommune verwendet werden.



## 2. AUFBAU & SCHUTZZONE

### Aufbau



Die Wort-Bild-Marke besteht aus drei Elementen:

Die verschiedenen Personen – stellvertretend für die Akteure in den kommunalen Präventionsketten – bilden den Stamm des Baumes. Sie stehen für verschiedene Persönlichkeiten, ihr Zusammenwirken, Zusammenhalt und Vernetzung. Die bunten „Blätter“ stehen für Themenvielfalt, Diversität und für das Zusammenspiel von mehreren Faktoren, um gemeinsame Ziele zu erreichen. Zusammen mit dem Schriftzug werden alle Perspektiven in einer Bildmarke vereint.

Um die Einzigartigkeit dieser Marke jederzeit zu gewährleisten, darf sie nur in den dokumentierten Versionen verwendet werden. Sie liegt für alle Medien und Drucksysteme als digitale Vorlage vor.

### Schutzzone



Die Wort-Bild-Marke steht immer auf Weiß. Sie verfügt über eine Schutzzone, in der kein anderes Element platziert werden darf. Die Schutzzone ergibt sich aus dem Abstand des Buchstaben „k“, welcher einen ausreichenden Weißraum um das Logo herum gewährleistet.

### 3. MINIMALGRÖSSE

#### Einspiegeln

Die Wort-Bild-Marke hat in der Ursprungsdatei eine Breite von 70 mm und eine Höhe von 26,5 mm. Bei kleineren Medien/Formaten, wie z. B. einer Visitenkarte ist die Minimalgröße von 40 % nicht zu unterschreiten.

100 %



#### Minimalgröße mit Schriftzug 40 %



## 4. GRÖSSENADAPTION

### DIN Formate

#### Größe der Wort-Bild-Marken auf den Formaten

Die Wort-Bild-Marke ist in ihrer Größe frei skalierbar, für eine gute Leserlichkeit sollten jedoch folgende Mindestgrößen eingehalten werden:

Format	Format in mm Breite x Höhe	Skalierung in %
DIN A4	210 x 297 mm	70-120 %
Quadrat	210 x 210 mm	70-110 %
DIN A5	148 x 210 mm	60-90 %
DIN Lang	99 x 210 mm	50-80 %
DIN A6	105 x 148 mm	50-70 %



Die Größenangaben sind Empfehlungen für den Einsatz als Primärlogo und orientieren sich an dem jeweiligen Printmedium wie z. B. Titel oder Briefbogen, etc.

Für den Einsatz als Partnerlogo orientieren Sie sich am CD-Manual des jeweiligen Partners.

## 5. FARBIGKEIT

### Einsatzbereiche

**Grundsätzlich ist immer die farbige Variante des Signets zu verwenden.** Dem Medium entsprechend in CMYK, RGB, etc.

Für den Fall, dass nur **einfarbig** gedruckt werden kann, muss auf die gerasterte Version zurückgegriffen werden. Im **Ausnahmefall** kommt die einfarbige Version ohne Abstufungen zum Einsatz, wie z. B. für Werbemittel im Tampondruck, etc.

#### Farbig



#### Graustufen, gerastert



#### Farbig, gerastert



#### Einfarbig



## 6. FARBWELT

CMYK, RGB, Hexadezimal

### Primärfarben



CMYK 87.48.7.33  
 RGB: 28.60.105  
 HEX: #1c3c69



CMYK 73.3.3.0  
 RGB: 70.180.206  
 HEX: #46b4ce



**kinderstark**  
 NRW schafft Chancen

### Sekundärfarben



CMYK 42.83.9.0  
 RGB: 148.39.131  
 HEX: #942783



CMYK 0.60.0.0  
 RGB: 246.104.178  
 HEX: #f668b2



CMYK 86.47.6.5  
 RGB: 41.87.151  
 HEX: #295797



CMYK 60.0.4.0  
 RGB: 103.197.213  
 HEX: #67c5d5



CMYK 8.7.92.0  
 RGB: 235.228.25  
 HEX: #ebe419



CMYK 87.48.7.33  
 RGB: 174.205.38  
 HEX: #aec26



CMYK 0.50.100.0  
 RGB: 255.128.1  
 HEX: #ff8001



## 7. TYPOGRAFIE

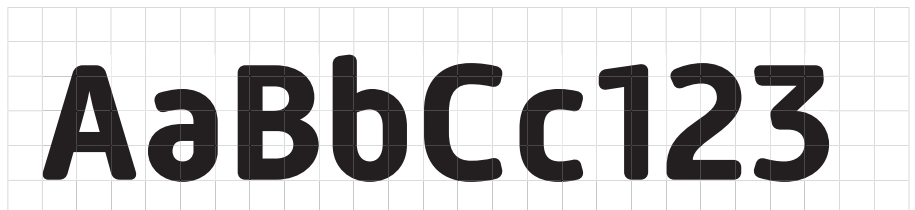
### Schriftschnitte

**kinderstark**  
Mic 32 New Rounded bold



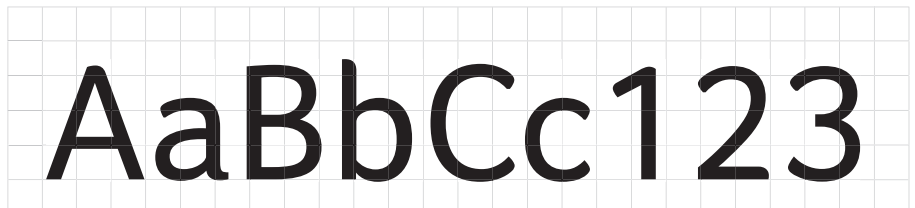
**NRW schafft Chancen**  
Foco regular

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890\$\$  
%&@\*[,.#!?)



Mic 32 New Rounded bold

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890\$\$  
%&@\*[,.#!?)



Foco regular

## 8. UNZULÄSSIGE ANWENDUNGEN

### Beispiele




- Das Verzerren, Drehen oder Spiegeln des Signets ist untersagt.
- Das Verändern der Farbgebung ist strengstens verboten.
- Ein Hinzufügen jedweder Bezeichnungen, Claims etc. ist unzulässig.
- Das Signet darf nicht auf unruhigen, bunten Hintergründen platziert werden.
- Ohne Einhaltung der Schutzzone ist die Verwendung des Signets nicht gestattet.

### Nicht gestattete Modifikationen



## 9. ANWENDUNGEN PRINT

### Briefbogen

	<b>Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen</b>		
<p>Ministerium Nordrhein-Westfalen, 12345 Musterstadt</p> <p>Herrn Manfred Mustermann Ministerium Musterstraße 1 12345 Musterstadt</p>	<p>13. Juli 2020 Seite 1 von 1</p> <p>Aktenzeichen xxx bei Antwort bitte angeben</p> <p>Para Digma Marketing Telefon 0123 4567-8 Mobil 0123 87654 Telefax 0123 4567-890 muster@muster.nrw.de</p>		
<p>Sehr geehrter Herr Mustermann,</p> <p>dies ist ein Blindtext und bleibt ein Blindtext bis zum letzten Punkt. Gleichwohl ist richtig, dass der Absender Landesregierung Nordrhein- Westfalen, die nachgeordneten Behörden, Betriebe, Gesellschaften und Initiativen auch in ihrer Summe auf dem großen Medienmarkt und an- gesichts der ungeheuren Konkurrenz kommerzieller und institutioneller Werbung die Wirkung seiner Kommunikation und damit die öffentliche Beachtung gerade durch die konsequente Anwendung eines Corporate Designs öffentlich wirklich verstärken können. Das Landes-Design un- terstreicht durch ein sinnvolles Maß gemeinsamer Gestaltungselemente die Absenderkompetenz, zugleich schafft es ein Höchstmaß an kreativer Anwendbarkeit und damit den idealen Freiraum für ressort-individuelle Profile und Themendarstellungen.</p> <p>Die Erkenntnisse der Werbewirkungsforschung über den Aufbau von Kommunikationsleistung sind aus der Lempsychologie abgeleitet. Das heißt auch, man muss Konzeptionen für Öffentlichkeitsarbeit durchhalten und mit langem Atem durchsetzen. Kommunikationsexperten denken heute, dass mindestens neun Kontakte – sagen wir im Zeitraum von zwölf Monaten – notwendig sind, um angestrebten Zielgruppen Kommu- nikationsinhalte erfolgreich übermitteln zu können. Hierfür ist ein starkes Design, das die Marke Nordrhein-Westfalen prägen hilft, eine wesent- liche Basis.</p> <p>Mit freundlichen Grüßen</p>  <p>Para Digma Marketing</p>	<p>Dienstgebäude und Lieferanschrift: Musterstraße 1 12345 Musterstadt Telefon 0123 4567-8 Telefax 0123 4567-890 muster@muster.nrw.de www.nrw.de</p> <p>Öffentliche Verkehrsmittel: Musterbahn Haltestelle Musterstadt</p>		



Weitere Angaben zu Abständen und Schutzzonen entnehmen Sie bitte den Leitlinien zum Nordrhein-Westfalen-Design.

## 9. ANWENDUNGEN PRINT

DIN A4 Broschüre

„Der Qualitätsrahmen zum Aufbau einer Präventionskette“



## 10. ANWENDUNGEN SOCIAL MEDIA

### Profilbild/Logo

#### Anwendungen ohne Schriftzug

Bei bestimmten Anwendungen wird auf den Schriftzug verzichtet:

- rundes Profilbild
- Favicon (Symbol/Logo, das von Webbrowsern verwendet wird, 32 x 32 px)



#### Facebook

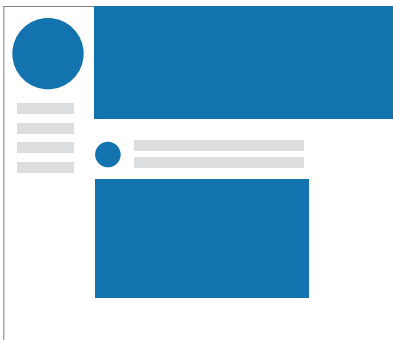
Empfohlene Größe:

1200 x 1200 px, da kleine Profilbilder durch Anklicken vergrößert dargestellt werden können

Angezeigte Größe:

Desktop 172 x 172 px

Mobil 128 x 128 px



#### Instagram

Für das Profilbild gelten identische Regeln wie für Facebook.



Im Allgemeinen gelten die Größenvorgaben des jeweiligen Social Media Kanals.

## IMPRESSUM

Herausgeber

Ministerium für Kinder, Familie,  
Flüchtlinge und Integration  
des Landes Nordrhein-Westfalen

Haroldstraße 4

40213 Düsseldorf

Telefon: 0211 837-02

[poststelle@mkffi.nrw.de](mailto:poststelle@mkffi.nrw.de)

[www.chancen.nrw](http://www.chancen.nrw)

© 2020

Düsseldorf, Juli 2020

Layout & Gestaltung

RHEINDENKEN GmbH, Köln