

**STUDIERN  
IM MARKT**



# e5004b

45°

# CORPORATE DESIGN MANUAL

*Gestalterische Regularien  
der Berufsakademie Sachsen*

x = 126 mm  
y = 136 mm

90°

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	
1.1	Die Kommunikation der Berufsakademie Sachsen	04
1.2	Das Leitbild der Berufsakademie Sachsen	05
1.3	Definition von Begrifflichkeiten	10



## CD-BASISELEMENTE

<b>2</b>	<b>Kampagnenlogo</b>	
2.1	Das Kampagnenlogo	12
2.2	Definition	13
2.3	Schutzräume	14
2.4	Schwarz/Weiß-Anwendung	15
2.5	zulässige Anwendung: Primärfarben	16
2.6	zulässige Anwendung: Sekundärfarben	17
2.7	unzulässige Anwendung	18
2.8	Anwendung: Sonderfarben	24
2.9	Mindestgröße	25
2.10	Positionierung	26

<b>3</b>	<b>Dienstsiegel</b>	
3.1	Das Dienstsiegel der Berufsakademie Sachsen	28
3.2	Die Standortsiegel der Berufsakademie Sachsen	29
3.3	Schutzräume	30
3.4	Positionierung der Dienstsiegel/Standortsiegel	31
3.5	unzulässige Anwendung	34

<b>4</b>	<b>Grafikelemente</b>	
4.1	Grafikelemente der Berufsakademie Sachsen	36
4.2	Variationsmöglichkeiten	37
4.3	unzulässige Anwendungen	39
4.4	Anwendungsbeispiele	40

<b>5</b>	<b>Farbwelten</b>	
5.1	Farbsystematik Primärfarben	44
5.2	Primärfarben Anwendungsbeispiele	45
5.3	Farbsystematik Sekundärfarben	51
5.4	Sekundärfarben Anwendungsbeispiele	52

<b>6</b>	<b>Typographie &amp; Corporate Wording</b>	
6.1	Die Hausschrift der Berufsakademie Sachsen	59
6.2	Schriftschnitte	60
6.3	Formatierungsbeispiele	61
6.4	Schriftvorgaben des SMWK	62
6.5	Anwendungsbeispiele	63
6.6	Corporate Wording Berufsakademie Sachsen	65

<b>7</b>	<b>Bildwelten</b>	
7.1	Einleitung	68
7.2	Studierende, Dozenten, Praxispartner	69
7.3	Studienbereiche	73
7.4	Architektur und Campus	75
7.5	unzulässige Motive	77



## GESTALTUNGSRASTER

<b>8</b>	<b>Anwendung und Aufbau</b>	
8.1	Definition: Beispiel DIN A5 (hoch)	80
8.2	Definition: Beispiel DIN A5 (quer)	81
8.3	Randberechnung	82
8.4	Randberechnung: gängige Formate	83
8.5	Flächen-Variable	84
8.6	Flächen-Variable: Berechnung für A	85
8.7	Flächen-Variable: Berechnung für B	86
8.8	Logo-Positionen	87
8.9	extreme Seitenverhältnisse und Kleinstformaten	91
8.10	Aufbau-Beispiele an gängigen Formaten	92



## ANWENDUNG

<b>9</b>	<b>Kampagne</b>	
9.1	Aufbau und Mechanik	97
9.2	Ikongraphie für die stärksten Vorteile	98
9.3	Anwendungsbeispiele	99

<b>10</b>	<b>Geschäftsausstattung</b>	
10.1	Briefbogen Zentrale Geschäftsstelle	101
10.2	Briefbogen Standort	103
10.3	Briefbogen Standort: Direktion	104
10.4	Briefbogen und dezentrale Logos	105
10.5	Folgebogen	109
10.6	Briefbogen Aufbau	110
10.7	Briefbogen Formatierung	111
10.8	Faxbogen	112
10.9	Visitenkarten	113
10.10	Visitenkarten Aufbau: zentrale Geschäftsstelle	114
10.11	Visitenkarten Aufbau: Standorte	115
10.12	Visitenkarten Formatierung	116
10.13	Kuvert DIN C4 mit Fenster	117
10.14	Kuvert DIN C6/5 mit Fenster	118
10.15	Image- und Pressemappe	119
10.16	E-Mail Signatur	120
10.17	Stempel	121

<b>11</b>	<b>Praxispartner</b>	
11.1	Urkunden	123
11.2	Mappe	124

<b>12</b>	<b>Printmedien</b>	
12.1	Plakate: Aufbau	126
12.2	Plakate: Beispiele	127
12.3	Plakate: Beispiel Großplakat (18/1)	130
12.4	Broschüre: Aufbau am Beispiel A4	131
12.5	Broschüre: Aufbau am Beispiel A4 Satzspiegel	132
12.6	Broschüre: Gestaltungsbeispiel Titel	134
12.7	Broschüre: Gestaltungsbeispiel Innenseiten	135
12.8	Flyer: Aufbau	138
12.9	Flyer: Beispiel	139
12.10	Flyer: Aufbau Innenseiten DIN-lang-Flyer	140
12.11	Flyer: Beispiel Innenseiten	141
12.12	Anzeigen: Beispiele Image	143
12.13	Anzeigen: Beispiele Produkt	145
12.14	Roll-Up: Aufbau	147
12.15	Roll-Up: Beispiel Image	148
12.16	Roll-Up: Beispiel Produkt	149

<b>13</b>	<b>Digitalmedien</b>	
13.1	Power-Point-Präsentationen Raster Titelseite	151
13.2	Power-Point-Präsentationen Beispiele Titelseite	152
13.3	Power-Point-Präsentationen Raster Contentseite	154
13.4	Power-Point-Präsentationen Beispiele Contentseite	155
13.5	Website Gestaltungsbeispiel	158

<b>14</b>	<b>Werbemittel</b>	
14.1	Anwendungsbeispiel Textmarker	161
14.2	Anwendungsbeispiel Schlüsselband	162
14.3	Anwendungsbeispiel Beutel	163
14.4	Anwendungsbeispiel Namensschilder	164
14.5	Anwendungsbeispiel USB-Stick-Creditcard	165



## PAPIER

<b>15</b>	<b>Corporate Paper</b>	
15.1	Geschäftsausstattung und Printmedien	167



## SMWK-LOGO

<b>16</b>	<b>Anwendung</b>	
16.1	Nutzung des Logos „Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst“ durch die Berufsakademie Sachsen	169

# 01

## **EINLEITUNG**

1.1	Die Kommunikation der Berufsakademie Sachsen .....	04
1.2	Das Leitbild der Berufsakademie Sachsen .....	05
1.3	Definition von Begrifflichkeiten .....	10

## **Die Kommunikation der Berufsakademie Sachsen**

*Die Berufsakademie Sachsen ist eine staatliche Institution des tertiären Bildungssektors mit sieben Standorten im Freistaat Sachsen. Dieses Manual dokumentiert die Grundlagen des Corporate Designs der Berufsakademie Sachsen. In den hier aufgeführten Kommunikationsmustern spiegeln sich Kompetenzen, Werte und Visionen der Bildungseinrichtung wider.*

*Die definierten Vorgaben sind nicht als dogmatische Vorschriften zu verstehen. Vielmehr handelt es sich um ein lebendiges gestaltbares System. Alle Festlegungen sind so flexibel, dass einerseits die starke Charakteristik des neuen Erscheinungsbildes gewahrt bleibt und es gleichzeitig flexible Lösungen für die immer neuen Anforderungen eines erfolgreichen Marketings – mit dem obersten Ziel, ein einheitliches, unverwechselbares und wiedererkennbares Gesamtbild zu generieren – bietet, denn: Corporate Design ist ein Prozess. Die hier definierten gestalterischen Regularien bilden die Grundlage für gemeinsame erfolgreiche Markenkommunikation.*

**Leitbild der Berufsakademie Sachsen**

**Dual. Selbstbestimmt. Nachhaltig. Zukunftssicher.**

## 1. WIR SIND

- » *DER Anbieter für das Duale Studium in der sächsischen Hochschullandschaft*
- » *eine staatliche Bildungsinstitution, an der in ca. 40 Studiengängen in den Bereichen „Wirtschaft“, „Technik“ und „Soziales und Gesundheit“ studiert werden kann*
- » *ein engagiertes Dozenten- und Mitarbeiterteam aus Wissenschaft und Praxis*
- » *unter dem gemeinsamen Dach der Berufsakademie eng verbunden mit über 10.000 Praxispartnern*
- » *ein attraktiver und innovativer Arbeitgeber*
- » *weltoffen, sozial sowie gesellschaftlich engagiert*
- » *in unserem Handeln durch gegenseitiges Vertrauen und Gleichberechtigung geprägt*
- » *im aktiven Dialog mit der Öffentlichkeit und sehen uns persönlich in allen Bereichen als Botschafter unseres dualen Prinzips*

## 2. WIR ERMÖGLICHEN

- » *ein wissenschaftlich fundiertes und praxisintegrierendes Studium*
- » *optimale Studienbedingungen durch einen modernen Campus, kleine Studiengruppen und eine individuelle Betreuung*
- » *einen international anerkannten Studienabschluss innerhalb von 6 Semestern*
- » *ein Studium mit Vergütung*
- » *einen Berufseinstieg mit besten Chancen auf dem Arbeitsmarkt*
- » *den Zugang zu weiterführenden Masterstudiengängen*
- » *unseren Praxispartnern die Sicherung ihres Bedarfs an qualifizierten Fach- und Führungskräften*
- » *unseren Dozenten und Mitarbeitern berufliche und individuelle Weiterentwicklung*

### 3. WIR WERDEN

- » *unsere Studienangebote gemäß den Anforderungen der Wissenschaft und Praxis zukunftsfähig gestalten*
- » *praxisorientierte Forschungsaktivitäten initiieren*
- » *die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse in der Praxis in Form von Wissens- und Technologietransfer intensivieren*
- » *den Qualitätsgedanken in den Fokus unseres Handelns stellen und deshalb unser Qualitätsmanagementsystem konsequent weiterentwickeln*
- » *Möglichkeiten der Weiterbildung ausbauen*



 **4. WIR HABEN EINE VISION**

**Gemeinsam auf dem Weg zur Hochschule 4.0**

### 1.3 Definition von Begrifflichkeiten der Berufsakademie Sachsen



#### Kampagnenlogo

Das Kampagnenlogo ist zentraler Träger des Markenversprechens und der Imagebotschafter für die Berufsakademie Sachsen.



#### Dienstsiegel

Das Dienstsiegel wird medienübergreifend als institutioneller Absender eingesetzt.



#### Standortsiegel

Bei standortspezifischen Publikationen tritt an die Stelle des Dienstsiegels das Standortsiegel.



# KAMPAGNENLOGO

- 2.1 Das Kampagnenlogo ..... 12
- 2.2 Definition ..... 13
- 2.3 Schutzräume ..... 14
- 2.4 Schwarz/Weiß-Anwendung ..... 15
- 2.5 zulässige Anwendung: Primärfarben ..... 16
- 2.6 zulässige Anwendung: Sekundärfarben (Studienbereiche) ..... 17
- 2.7 unzulässige Anwendung ..... 18
- 2.8 Anwendung: Sonderfarben ..... 24
- 2.9 Mindestgröße ..... 25
- 2.10 Positionierung ..... 26



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.1 Das Kampagnenlogo

In diesem Bereich des Corporate Design Manuals werden Schutzraum, Mindestgröße, zulässige und unzulässige Anwendungen sowie Farbraum- und Reproduktions-Besonderheiten definiert.



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.2 Definition

Der Aufbau des Kampagnenlogos darf nicht verändert werden. Die möglichen Farbvarianten werden auf den folgenden Seiten definiert.

## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO



### 2.3 Schutzräume

Der Schutzraum des Kampagnenlogos definiert den Mindestfreiraum zu anderen Elementen, wie Bildern, Texten oder auch zum Seitenrand, damit das Logo seine optimale Wirkung – unabhängig vom Medium – entfalten kann.

Der Mindestabstand des Logos zu angrenzenden Objekten wird auf Basis der halben  $x$ -Höhe definiert.



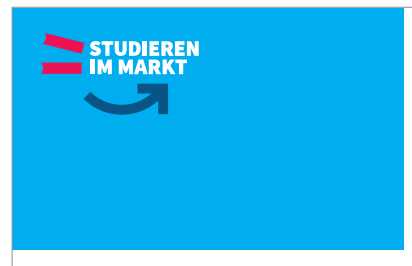
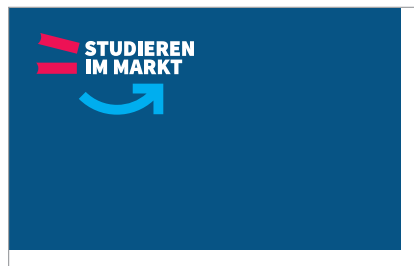
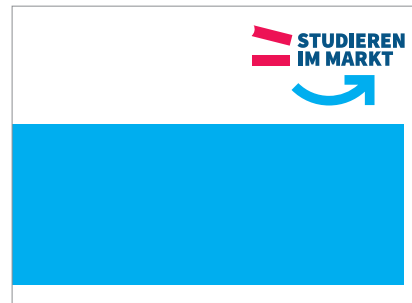
## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.4 Schwarz/Weiß-Anwendung

Bei der Schwarz/Weiß-Umsetzung werden alle Teilbereiche des Kampagnenlogos sowie der Schriftzug mit 100 % Schwarz bzw. Weiß definiert.



Anwendung auf weißem Grund



Anwendung auf den möglichen 3 primären Leitfarben der Berufsakademie Sachsen

## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.5 zulässige Anwendung: Primärfarben

Das Kampagnenlogo kann auf weißem Grund sowie auf den definierten primären Leitfarben der Berufsakademie Sachsen abgebildet werden.

#### Positionierung:

Das Kampagnenlogo wird immer im oberen sichtbaren Bereich des Mediums platziert. Ob auf weißem oder farbigem Grund, richtet sich nach dem Inhalt welcher kommuniziert werden soll sowie nach dem Medium oder produktionstechnischen Parametern.

*Siehe auch: Farbwelten Seite 43*



Wirtschaft: Grün

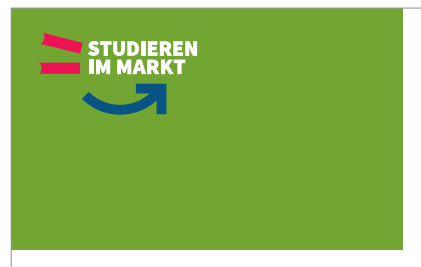


Anwendung auf weißem Grund

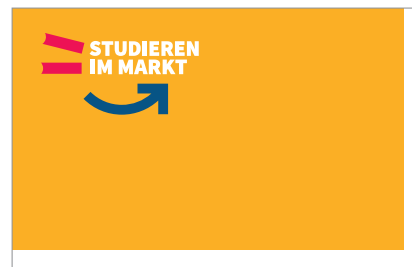
Technik: Blau



Soziales und Gesundheit: Gelb



Anwendung auf den möglichen 3 Sekundärfarben der Studienbereiche



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.6 zulässige Anwendung: Sekundärfarben

Die Studiengänge sind in folgende Studienbereiche gegliedert:

- Wirtschaft: Grün
- Technik: Blau
- Soziales und Gesundheit: Gelb

Siehe auch: Farbwelten Seite 43

## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.7 unzulässige Anwendungen

#### Transformation & Dimensionalität:

1. Beispiel für die korrekte Anwendung des Kampagnenlogos.
2. Das Verzerren des Kampagnenlogos ist nicht erlaubt.
3. Das Kampagnenlogo darf nur 2-dimensional abgebildet werden. Eine Verwendung von Schatten oder eine 3D-Anwendung ist nicht gestattet.

1. ✓



2. ✗



3. ✗



4. ✓



5. ✗



6. ✗



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

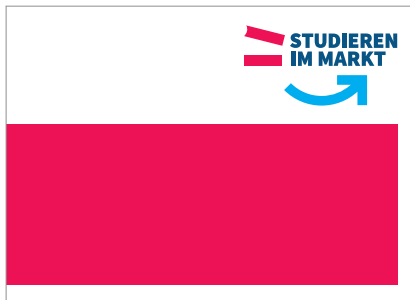
### 2.7 unzulässige Anwendungen

#### Farbigkeit:

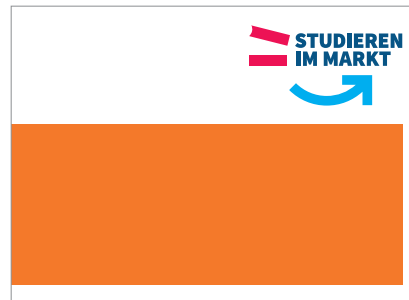
4. Beispiel für die korrekte Anwendung des Kampagnenlogos.
5. Die Farben des Kampagnenlogos sind fest definiert und dürfen nicht variiert werden.
6. Der Pfeil im Kampagnenlogo darf nie mit einem Rotton definiert werden.

*Siehe auch: Farbwelten Seite 43*

7. ✓



8. ✗



9. ✓



10. ✗



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.7 unzulässige Anwendungen

#### Farbigkeit:

7. –10.

Die Farbwelt der Berufsakademie Sachsen ist fest definiert. Die Verwendung von unternehmensfremden Farben ist nicht erlaubt.

*Siehe auch: Farbwelten Seite 43*

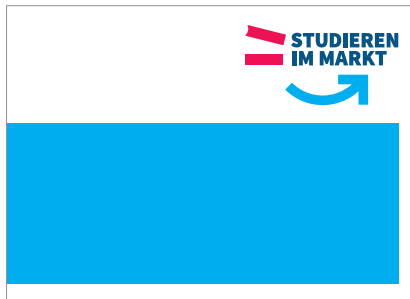
11. ✓



12. ✗



13. ✓



14. ✗



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.7 unzulässige Anwendungen

#### Platzierung:

11. + 12.

Das Kampagnenlogo auf farbigem Untergrund darf ausschließlich in der linken oberen Ecke platziert werden.

13. + 14.

Das Kampagnenlogo auf weißem Untergrund darf ausschließlich in der rechten oberen Ecke platziert werden.

## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.7 unzulässige Anwendungen

#### Grafikelemente:

15.

Beispiel für die Integration der Grafikelemente in Verbindung mit dem Kampagnenlogo.

16. + 17.

Das Kampagnenlogo darf nie auf einem unruhigen Untergrund stehen. Die Grafikelemente dürfen daher das Logo mit seinem Schutzraum nicht unterschneiden.

Auch die Platzierung auf halbtransparenten Grund ist verboten. Auf die richtige Platzierung des Kampagnenlogos ist zu achten.

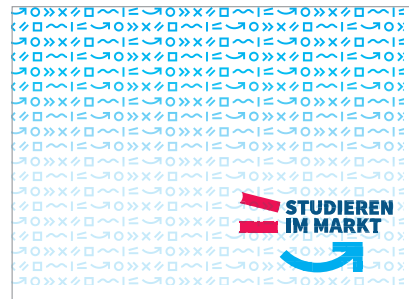
15. ✓



16. ✗



17. ✗



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

18. ✓



19. ✓



20. ✗



### 2.7 unzulässige Anwendungen

#### Bilder:

18. + 19.

Beispiele für die Integration eines Bildmotivs.

20.

Das Kampagnenlogo darf nie auf einem unruhigen Untergrund stehen. Die Platzierung auf einem Foto ist dann erlaubt, wenn es sich um einen ruhigen Bildausschnitt handelt.



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.8 Anwendung: Sonderfarben

Bei einer 1c-Umsetzung (Sonderfarben) werden alle Elemente des Kampagnenlogos mit 100 % definiert.

Als Farben sind nur die primären Leitfarben der Berufsakademie Sachsen und Weiß zugelassen.

*Siehe auch: Farbwelten Seite 43*



*kleinstmögliche Größe  
im Offset-Druckverfahren*



bei einem 1:1 Maßstab



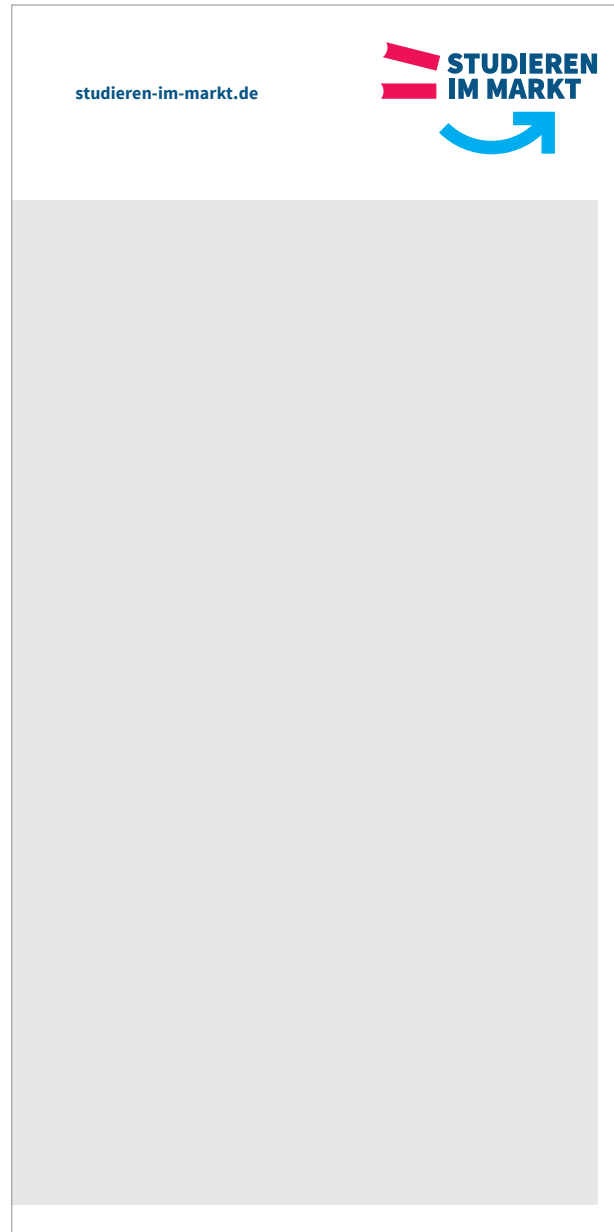
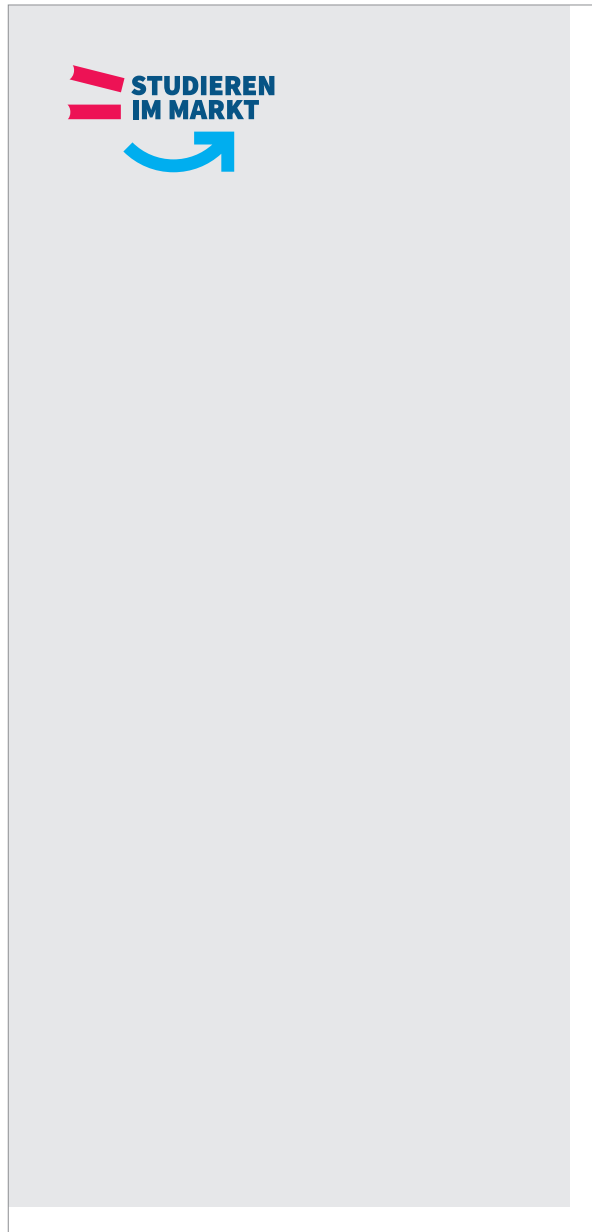
## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.9 Mindestgröße

Um die Lesbarkeit des Kampagnenlogos auch in kleinen Abbildungen zu gewährleisten, ist hier eine Mindestgröße festgelegt, die nicht unterschritten werden darf.

Die Mindestgröße des Kampagnenlogos beträgt im Offset- Druckverfahren auf Bilderdruckpapier (ISO Coated v2) 20 mm in der Breite.

Bei abweichenden Druckverfahren wie zum Beispiel Siebdruck, Tampondruck oder Druckverfahren in der Textilveredelung, muss die produzierende Firma aufgrund drucktechnischer Besonderheiten und Gefahren – wie dem möglichen Zulaufen – hinzugezogen werden. Eine Mindestgröße des Kampagnenlogo muss hier die Druckerei bestimmen und gewähren.



## CD-BASISELEMENTE KAMPAGNENLOGO

### 2.10 Positionierung

Das Kampagnenlogo wird immer im oberen sichtbaren Bereich des Mediums platziert. Ob auf weißem oder farbigem Grund richtet sich nach dem Inhalt, welcher kommuniziert werden soll sowie nach dem Medium oder produktionstechnischen Parametern.

*Siehe auch: Gestaltungsraaster Seite 80*

# 03

## **DIENSTSIEGEL**

3.1	Das Dienstsiegel der Berufsakademie Sachsen .....	28
3.2	Die Standortsiegel der Berufsakademie Sachsen .....	29
3.3	Schutzräume .....	30
3.4	Positionierung Dienstsiegel/Standortsiegel .....	31
3.5	unzulässige Anwendung .....	34



## CD-BASISELEMENTE DIENSTSIEGEL

### 3.1 Das Dienstsiegel der Berufsakademie Sachsen

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**BAUTZEN**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**LEIPZIG**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**BREITENBRUNN**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**PLAUEN**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**DRESDEN**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**RIESA**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**GLAUCHAU**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## CD-BASISELEMENTE

### DIENSTSIEGEL

#### 3.2 Die Standortsiegel der Berufsakademie Sachsen



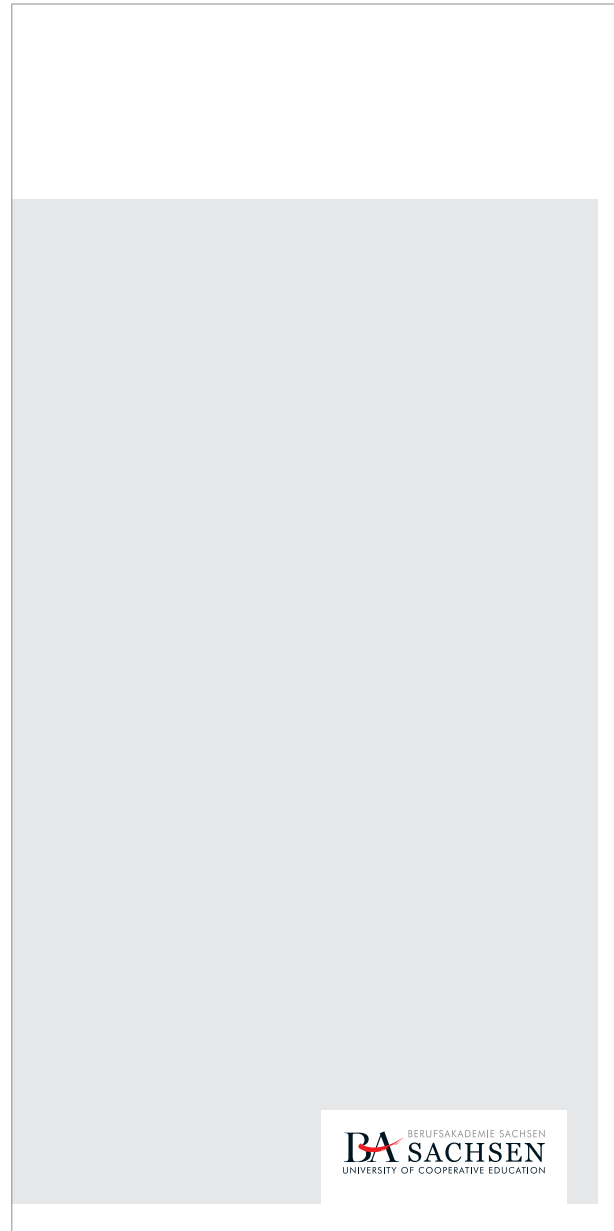
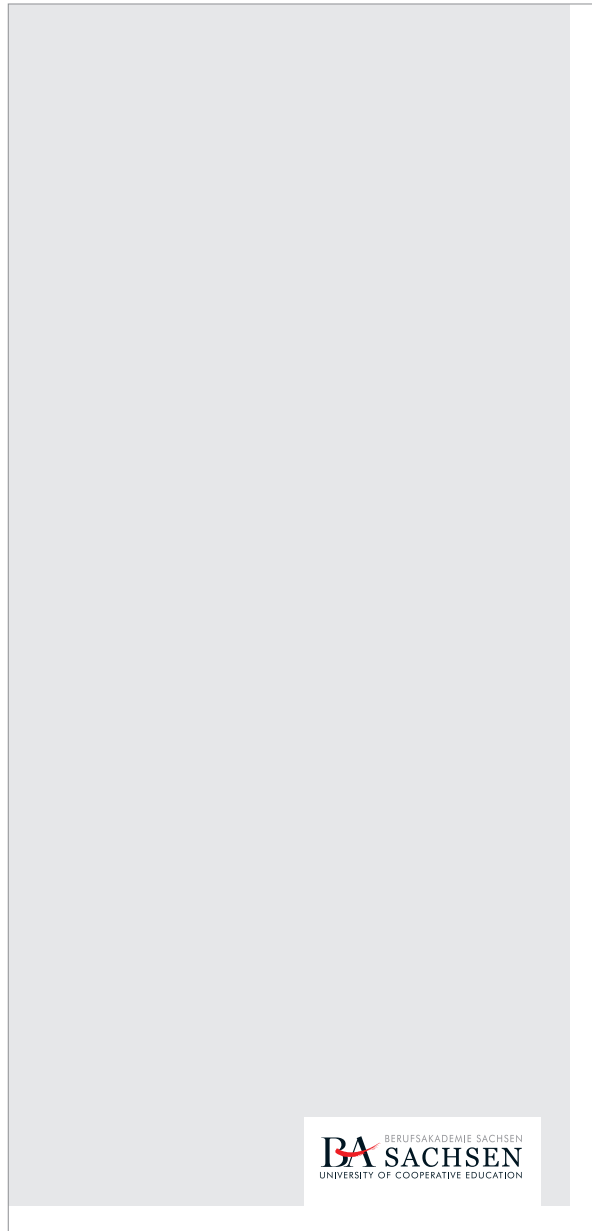
## CD-BASISELEMENTE

### DIENTSIEGEL

#### 3.3 Schutzräume

Der Schutzraum des Dienstsiegels definiert den Mindestfreiraum zu anderen Elementen, wie Bildern, Texten oder auch zum Seitenrand, damit es seine optimale Wirkung – unabhängig vom Medium – entfalten kann.

Der Mindestabstand des Logos zu angrenzenden Objekten wird auf Basis der halben x-Höhe definiert.



## CD-BASISELEMENTE DIENSTSIEGEL

### 3.4 Positionierung der Dienstsiegel/Standortsiegel

#### Beispiel Flyer

Dienstsiegel/Standortsiegel werden im unteren Bereich des Printmediums platziert.

Dienstsiegel/Standortsiegel und Kampagnenlogo werden nicht direkt nebeneinander positioniert.

Für die schnelle Dekodierung der einzelnen Elemente ist es wichtig, dass der Blickverlauf des Betrachters gelenkt wird und sein Blick möglichst lange auf dem Motiv verharrt.

*Siehe auch: Gestaltungsraster Seite 80*



## CD-BASISELEMENTE DIENSTSIEGEL

### 3.4 Positionierung der Dienstsiegel/Standortsiegel

#### Beispiel Roll-Up

Bei Roll-Ups, welche auf Messen oder Ausstellungen zum Einsatz kommen, muss die Fernwirkung beachtet werden.

Daher ist das Dienstsiegel nicht unterhalb einer Höhe von 70 cm zu platzieren, um die Sichtbarkeit des Absenders zu gewährleisten.

*Siehe auch: Gestaltungsraster Seite 80*





## CD-BASISELEMENTE DIENSTSIEGEL

### 3.4 Positionierung der Dienstsiegel/Standortsiegel

#### Beispiel für digitale Medien: Website

Kampagnenlogo und Dienstsiegel werden optisch getrennt voneinander platziert.

Der Bereich des Headers bleibt beim Scrollen statisch an seiner Position und wird nicht überblendet.

1. ✘



2. ✘



## CD-BASISELEMENTE DIENSTSIEGEL

### 3.5 unzulässige Anwendungen

1. | 2. Kampagnenlogo und Dienstsiegel werden nicht direkt nebeneinander positioniert.

Ausgenommen von dieser Regelung sind Kommunikationsmittel mit sehr kleinen Maßen, die eine direkte Abfolge von Kampagnenlogo und Dienstsiegel erzwingen. Falls möglich, sollten in diesem Ausnahmefall beide Logos getrennt werden, in dem man sie auf unterschiedliche Seiten des Mediums platziert.

# 04

## GRAFIKELEMENTE

4.1	Grafikelemente der Berufsakademie Sachsen .....	36
4.2	Grafikelemente Variationsmöglichkeiten .....	37
4.4	unzulässige Anwendungen .....	39
4.5	Anwendungsbeispiele .....	40

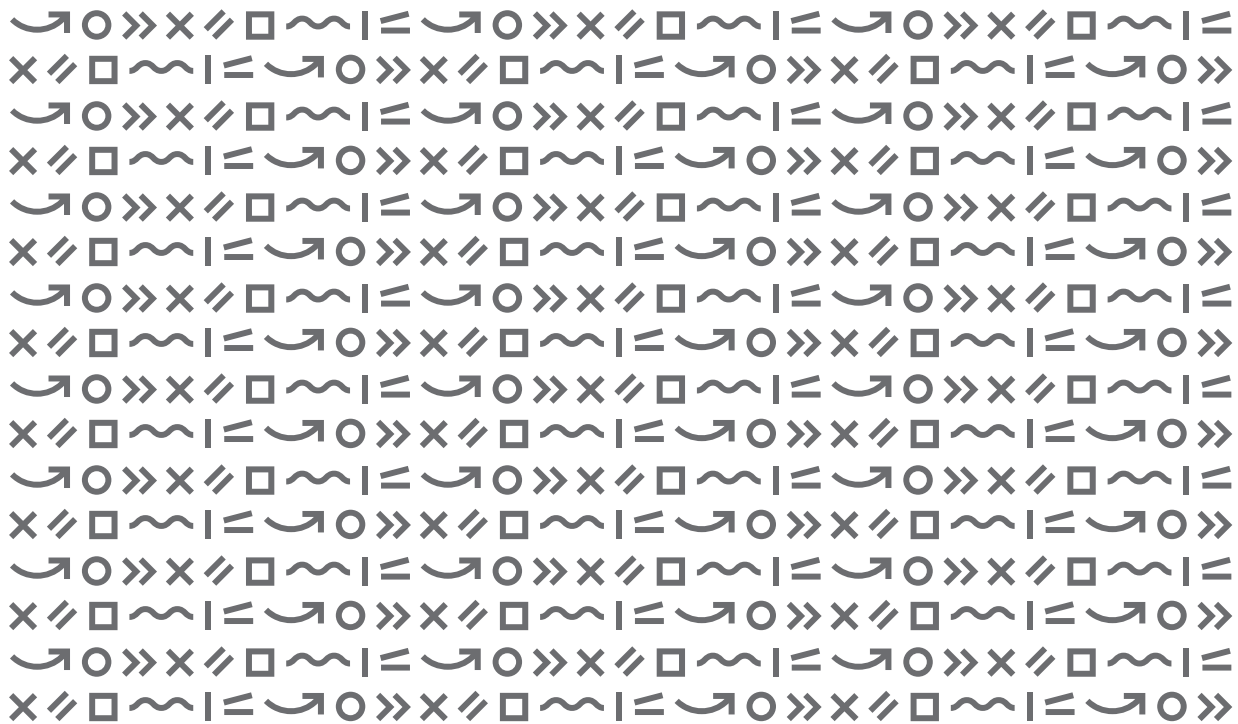


## CD-BASISELEMENTE GRAFIKELEMENTE

### 4.1 Grafikelemente der Berufsakademie Sachsen

Für eine starke Charakteristik und Eigenständigkeit in der formalen Umsetzung von Kommunikationsmedien, kommt neben dem Kampagnenlogo, der Typographie sowie den Farb- und Bildwelten ein eigenständiger lebhafter Grafikstil zum Einsatz. Dieser leitet sich aus der Typik des Kampagnenlogos ab und generiert hohe Wiedererkennung für die Berufsakademie Sachsen. Auf den folgenden Seiten sind Spielarten aufgeführt, welche die Anwendungsmöglichkeiten aufzeigen.

Der Grafikstil der Berufsakademie Sachsen ist eigenständig, lebendig, sehr variabel in der Anwendung und grafisch eindimensional.

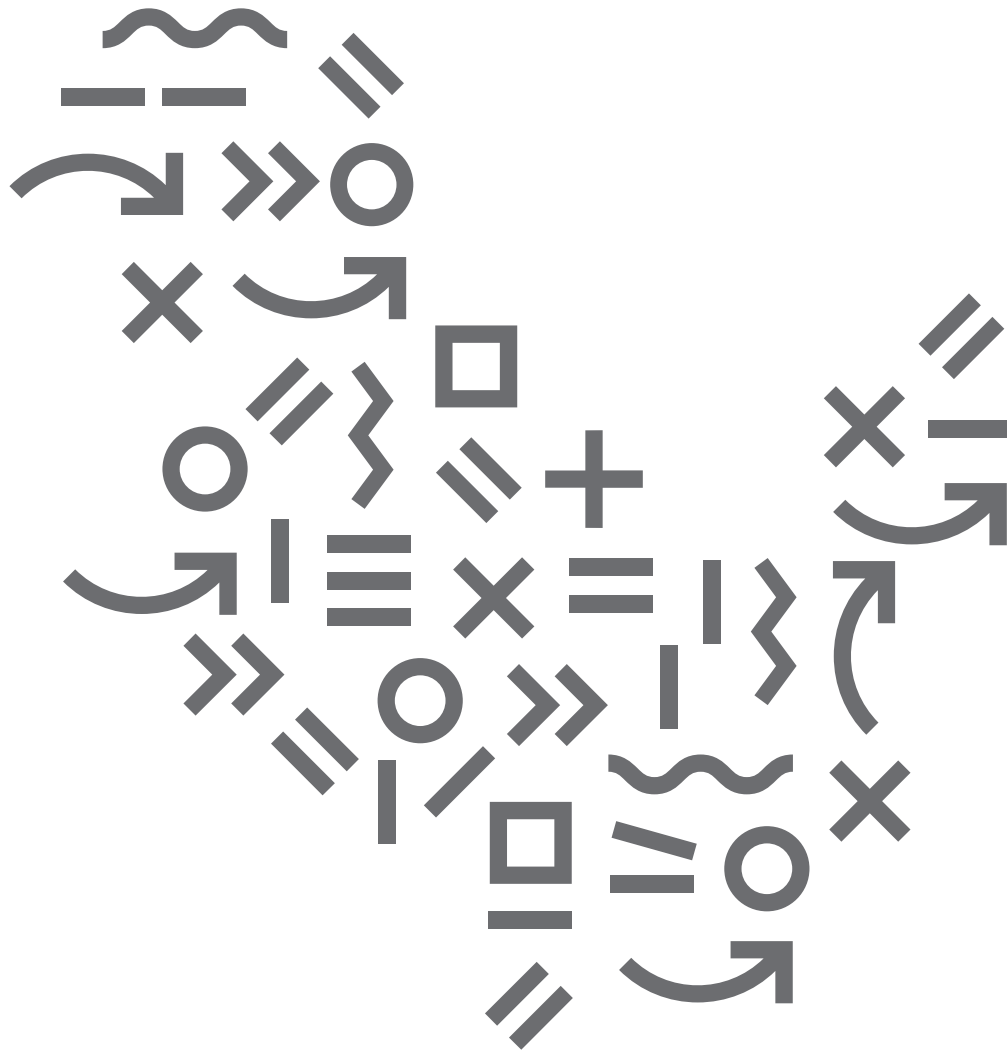


## CD-BASISELEMENTE GRAFIKELEMENTE

### 4.2 Variationsmöglichkeiten

Für die Platzierung der Grafikelemente gibt es keine festen Vorgaben.

Sie können zum Beispiel als Muster angeordnet werden.



## CD-BASISELEMENTE GRAFIKELEMENTE

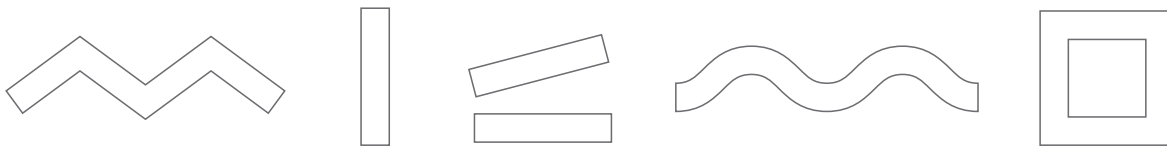
### 4.2 Variationsmöglichkeiten

Die Grafikelemente können auch frei angeordnet werden.

1. ✘



2. ✘



## CD-BASISELEMENTE GRAFIKELEMENTE

### 4.3 unzulässige Anwendungen

1. Auf die Grafikelemente dürfen keine Verläufe angewandt werden.
2. Auch die Verwendung einer Outline ist untersagt.

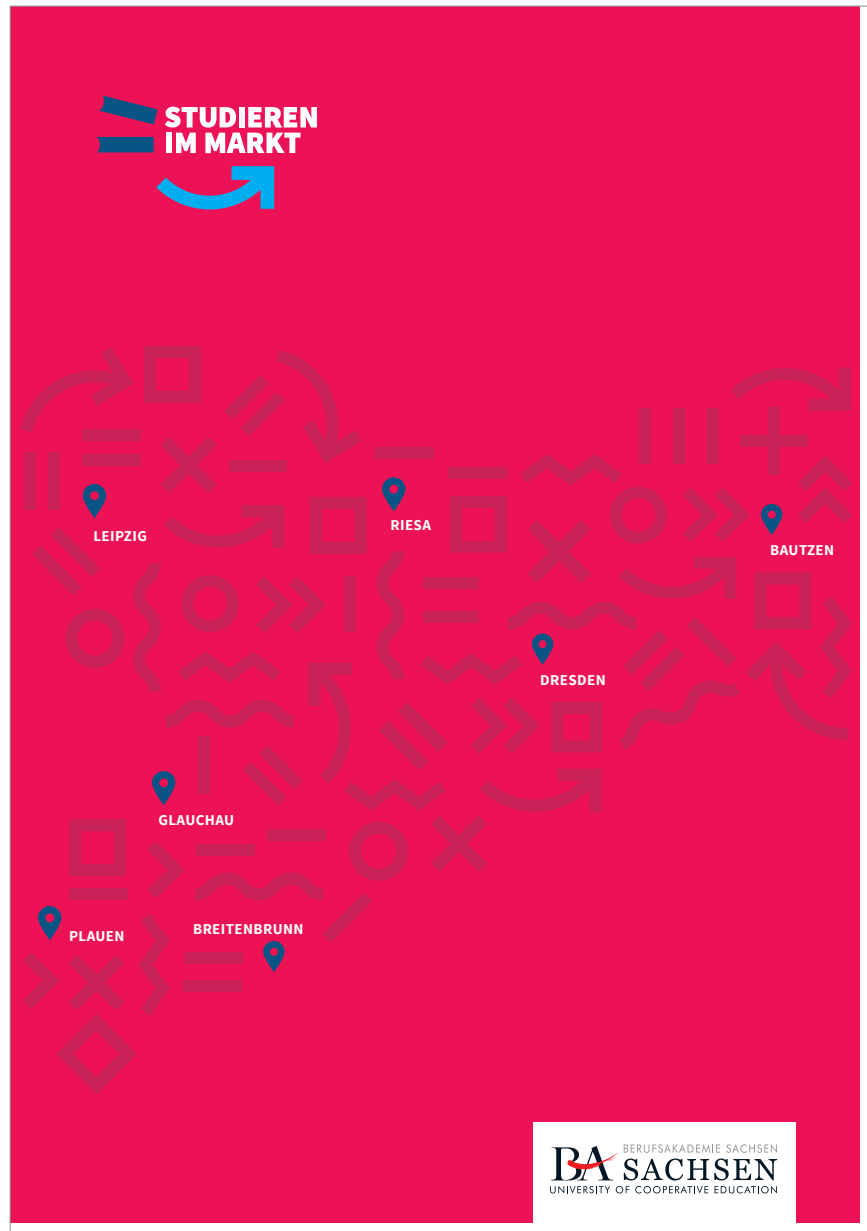


## CD-BASISELEMENTE GRAFIKELEMENTE

### 4.4 Anwendungsbeispiele

Grafikelemente können als Muster im Hintergrund eingesetzt oder punktuell herausgestellt werden, um Inhalte hervorzuheben.





## CD-BASISELEMENTE GRAFIKELEMENTE

### 4.4 Anwendungsbeispiele

Grafikelemente können zu Bildern werden, in dem sie konkrete Formen (wie im Beispiel die Umriss der Sachsenkarte) aufgreifen, um Inhalte zu unterstützen.



## CD-BASISELEMENTE GRAFIKELEMENTE

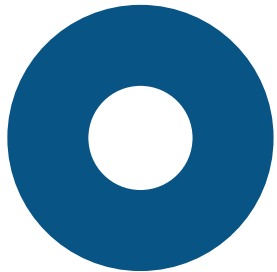
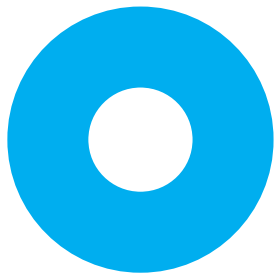
### 4.4 Anwendungsbeispiele

Grafikelemente können auch zu Bildträgern werden, um eine starke Eigenständigkeit in der Gestaltung zu erzielen.

# 05

## FARBWELTEN

5.1	Farbsystematik Primärfarben .....	44
5.2	Farbwelten Primärfarben Anwendungsbeispiele .....	45
5.3	Farbsystematik Sekundärfarben .....	51
5.4	Farbwelten Sekundärfarben Anwendungsbeispiele .....	52

**PRINT****CMYK** 0 | 100 | 55 | 0**DIGITAL****RGB** 229 | 0 | 75  
**Hexal** #E5004B**SPEZIAL FARBEN****Pantone** 1925  
**HKS** 23  
**RAL** 3027**CMYK** 100 | 75 | 30 | 0**RGB** 9 | 73 | 125  
**Hexal** #09497D**Pantone** 7693  
**HKS** 41  
**RAL** 5000**CMYK** 100 | 0 | 0 | 0**RGB** 0 | 158 | 227  
**Hexal** #009EE3**Pantone** Process Cyan  
**HKS** 47  
**RAL** 2406040

## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.1 Farbsystematik Primärfarben

Ein auf wenige Farben reduziertes Farbkonzept mit 3 primären Leitfarben prägt das Erscheinungsbild der Berufsakademie Sachsen und sorgt für einen konsistenten visuellen Auftritt und eine klare Orientierung.

Durch ihre hohe Signalkraft ist die Farb-umgebung ein wichtiges Element innerhalb der visuellen Kommunikation. Die drei primären Leitfarben sind für unterschiedliche Medien und Farbsysteme festgelegt, um eine reibungslose technische Umsetzung zu gewährleisten.



Anwendungsbeispiel Flyer  
ohne Bild

## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.2 Primärfarben Anwendungsbeispiele

Primärfarbe Rot (Hintergrund)  
CMYK 0 | 100 | 55 | 0

dunkles Rot  
CMYK 25 | 100 | 55 | 0

dunkles Blau  
CMYK 100 | 75 | 30 | 0



Anwendungsbeispiel Flyer  
ohne Bild

## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.2 Primärfarben Anwendungsbeispiele

Primärfarbe Cyan (Hintergrund)  
CMYK 100 | 0 | 0 | 0

helles Blau  
CMYK 60 | 0 | 00 | 0

dunkles Blau  
CMYK 100 | 75 | 30 | 0



## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.2 Primärfarben Anwendungsbeispiele

Primärfarbe Blau (Hintergrund)  
CMYK 100 | 75 | 30 | 0

helles Blau  
CMYK 95 | 55 | 0 | 0

Blau (Cyan)  
CMYK 100 | 0 | 0 | 0

Anwendungsbeispiel Flyer  
ohne Bild



Anwendungsbeispiel Flyer  
mit Bild

## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.2 Primärfarben Anwendungsbeispiele

Bei der Verwendung von Bildern dürfen die  
Grafikelemente nur reduziert eingesetzt werden.

Primärfarbe Rot (Hintergrund)  
CMYK 0 | 100 | 55 | 0

dunkles Rot  
CMYK 25 | 100 | 55 | 0





Anwendungsbeispiel Flyer  
mit Bild

## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.2 Primärfarben Anwendungsbeispiele

Bei der Verwendung von Bildern dürfen die  
Grafikelemente nur reduziert eingesetzt werden.

Primärfarbe Cyan (Hintergrund)

CMYK 100 | 0 | 0 | 0

helles Blau

CMYK 60 | 0 | 00 | 0



## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

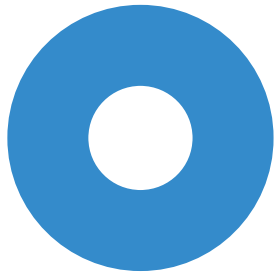
### 5.2 Primärfarben Anwendungsbeispiele

Bei der Verwendung von Bildern dürfen die Grafikelemente nur reduziert eingesetzt werden.

Primärfarbe Blau (Hintergrund)  
CMYK 100 | 75 | 30 | 0

helles Blau  
CMYK 95 | 55 | 0 | 0

Anwendungsbeispiel Flyer  
mit Bild

**PRINT****CMYK** 50 | 0 | 100 | 20**DIGITAL****RGB** 50 | 0 | 100 | 20**Hexal** #7DA519**SPEZIAL FARBEN****Pantone** 377**HKS** 66**RAL** 1106060**CMYK** 75 | 35 | 0 | 0**RGB** 54 | 140 | 203**Hexal** #368CCB**Pantone** 2143**HKS** 46**RAL** 2506030**CMYK** 0 | 35 | 95 | 0**RGB** 249 | 177 | 17**Hexal** #F9B111**Pantone** 124**HKS** 71**RAL** 1004

## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.3 Farbsystematik Sekundärfarben

Studienbereich Wirtschaft:  
Grün

Studienbereich Technik:  
Blau

Studienbereich Soziales  
und Gesundheit:  
Gelb



Anwendungsbeispiel Flyer  
ohne Bild

## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.4 Sekundärfarben Anwendungsbeispiele

Sekundärfarbe Grün (Hintergrund)  
CMYK 50 | 0 | 100 | 20

helles Grün  
CMYK 40 | 0 | 80 | 15

dunkles Grün  
CMYK 80 | 0 | 100 | 55



Anwendungsbeispiel Flyer  
ohne Bild

## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.4 Sekundärfarben Anwendungsbeispiele

Sekundärfarbe Blau (Hintergrund)  
CMYK 75 | 35 | 0 | 0

helles Blau  
CMYK 60 | 23 | 0 | 0

dunkles Blau  
CMYK 85 | 50 | 0 | 30



## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.4 Sekundärfarben Anwendungsbeispiele

Sekundärfarbe Gelb (Hintergrund)  
CMYK 0 | 35 | 95 | 0

helles Gelb  
CMYK 0 | 26 | 71 | 0

Orange  
CMYK 0 | 70 | 100 | 0

Anwendungsbeispiel Flyer  
ohne Bild



## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.4 Sekundärfarben Anwendungsbeispiele

Bei der Verwendung von Bildern dürfen die Grafikelemente nur reduziert eingesetzt werden.

Sekundärfarbe Grün (Hintergrund)

CMYK 50 | 0 | 100 | 20

helles Grün

CMYK 40 | 0 | 80 | 15

dunkles Grün

CMYK 80 | 0 | 100 | 55

Anwendungsbeispiel Flyer  
mit Bild



## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.4 Sekundärfarben Anwendungsbeispiele

Bei der Verwendung von Bildern dürfen die Grafikelemente nur reduziert eingesetzt werden.

Sekundärfarbe Blau (Hintergrund)

CMYK 75 | 35 | 0 | 0

helles Blau

CMYK 60 | 23 | 0 | 0

dunkles Blau

CMYK 85 | 50 | 0 | 30

Anwendungsbeispiel Flyer  
mit Bild





## CD-BASISELEMENTE FARBWELTEN

### 5.4 Sekundärfarben Anwendungsbeispiele

Bei der Verwendung von Bildern dürfen die Grafikelemente nur reduziert eingesetzt werden.

Sekundärfarbe Gelb (Hintergrund)  
CMYK 0 | 35 | 95 | 0

helles Gelb  
CMYK 0 | 26 | 71 | 0

Orange  
CMYK 0 | 70 | 100 | 0

Anwendungsbeispiel Flyer  
mit Bild

# 06

## TYPOGRAPHIE & WORDING

6.1	Die Hausschrift der Berufsakademie Sachsen .....	59
6.2	Schriftschnitte .....	60
6.3	Formatierungsbeispiele .....	61
6.4	Schriftvorgaben des SMWK .....	62
6.5	Anwendungsbeispiel für Schriftvorgaben des SMWK .....	63
6.6	Corporate Wording Berufsakademie Sachsen .....	65

# Source Sans Pro

*Die Source Sans von Adobe ist eine der ersten  
Open-Source-Schriftfamilien  
und wurde von Paul D. Hunt entworfen.*

2012

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus.

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper.**

# Rag

0123456789 &%@€

## CD-BASISELEMENTE TYPOGRAPHIE

### 6.1 Die Hausschrift

Die Source Sans Pro ist die Hausschrift der Berufsakademie Sachsen. Sie kommt zukünftig für alle Print- und Digitalmedien zum Einsatz. Die Source Sans Pro unterstützt eine ganze Reihe von Sprachen, die das lateinische Alphabet verwenden.

#### Lizenz:

Die Schrift wird unter der SIL Open Font Lizenz 1.1 zum Download angeboten, damit ist die Verwendung für kommerzielle Zwecke, das Einbetten in PDFs und die Anwendung auf Internetseiten gestattet.

#### Download Link:

[www.google.com/fonts](http://www.google.com/fonts)  
source sans pro

Source Sans Pro Extra Light  
*Source Sans Pro Extra Light Italic*

Source Sans Pro Light  
*Source Sans Pro Light Italic*

Source Sans Pro Regular  
*Source Sans Pro Italic*

Source Sans Pro Semibold  
*Source Sans Pro Semibold Italic*

Source Sans Pro Bold  
*Source Sans Pro Bold Italic*

Source Sans Pro Black  
*Source Sans Pro Black Italic*


## CD-BASISELEMENTE TYPOGRAPHIE

### 6.2 Schriftschnitte

Die Source Sans Pro ist die Hausschrift der Berufsakademie Sachsen. Sie kommt zukünftig für alle Print- und Digitalmedien zum Einsatz. Folgende Schriftschnitte können verwendet werden:

Light, Light Italic  
Regular, Italic  
Semibold, Semibold Italic  
Bold, Bold Italic  
Black und Black Italic

# Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr sed diam nonumy eirmod tempo.

  *Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diamvoluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kas gubergren no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet ipsumdors.*

**Zwischenheadline: Source Sans Pro Bold 9 Punkt**  
**Zeilenabstand 13 Punkt.**

## Studiengänge Wirtschaft

### » Agrarmanagement

### » Betriebswirtschaft

- Handel
- Industrie

### » Finanzwirtschaft

- Bank
- Versicherung

### » Steuern, Prüfungswesen, Consulting

- Steuerberatung
- Rechnungswesen und Consulting

### » Wirtschaftsinformatik

## Studiengänge Technik

### » Holz- und Holzwerkstofftechnik

### » Informationstechnik

### » Informationstechnologie

### » Medieninformatik

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringi Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Ila vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Aenean vulputate eleifend telluAenean leo ligula, porttitor euonsequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus musLorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque pena Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor denean massa cum sociis natoque penatibus.

## CD-BASISELEMENTE TYPOGRAPHIE

### 6.3 Formatierungsbeispiele

Beispiel für Formatierungsmöglichkeiten mit den Schriftschnitten der Source Sans Pro.

# Arial

*Arial ist eine Groteskschrift, die von den Typografen Robin Nicholas und Patricia Saunders entworfen wurde.*

1982

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper.

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium Integer tincidunt.**

# Rag

0123456789 &%@€

## CD-BASISELEMENTE TYPOGRAPHIE

### 6.4 Schriftvorgaben des SMWK

Neben der Hausschrift der Berufsakademie Sachsen kommt auch die „Arial“ als Hausschrift des „Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst“ zum Einsatz.

Sie findet Verwendung zum Beispiel bei E-Mail-Signaturen (siehe Beispiel), der Formatierung von Briefen oder News-lettern...

- 1 Prof. Dr. Name Nachname
- 2 Funktion z.B. Studiengangsleiter



- 4 Zentrale Geschäftsstelle Berufsakademie Sachsen  
University of Cooperative Education  
Kopernikusstraße 51  
08371 Glauchau  
Telefon: + 49 3763 173-182  
Telefax: + 49 3763 173-181  
Mobil: + 49 173 3777055  
name.nachname@ba-sachsen.de  
studieren-im-markt.de

Folgen Sie uns auf Facebook:  
[www.facebook.com/BerufsakademieSachsen](http://www.facebook.com/BerufsakademieSachsen)

- 5 

Wichtiger Hinweis: Diese E-Mail und etwaige Anlagen können Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse, dem Anwaltsgeheimnis unterliegende oder sonstige vertrauliche Informationen enthalten. Sollten Sie diese E-Mail irrtümlich erhalten haben, ist Ihnen der Status dieser E-Mails bekannt. Bitte benachrichtigen Sie uns in diesem Fall sofort durch Antwort-Mail und löschen Sie diese E-Mail nebst etwaigen Anlagen von Ihrem System. Ebenso dürfen Sie diese E-Mail oder seine Anlagen nicht kopieren oder an Dritte weitergeben. Vielen Dank.

Important Note: This e-mail and any attachment are confidential and may contain trade secrets and may well also be legally privileged or otherwise protected from disclosure. If you have received it in error, you are on notice of its status. Please notify us immediately by reply e-mail and then delete this e-mail and any attachment from your system. If you are not the intended recipient please understand that you must not copy this e-mail or any attachment or disclose the contents to any other person. Thank you for your cooperation.



## CD-BASISELEMENTE TYPOGRAPHIE

### 6.5 Anwendungsbeispiel: E-Mail Signatur

- 1 **akademischer Titel, akademischer Grad, Name**  
Schrift: Arial Bold 10 pt | Farbe: 100% Schwarz
- 2 **Position/Funktion**  
Schrift: Arial Regular 10 pt | Farbe: 100% Schwarz
- 3 **Kampagnenlogo**  
Größe: 200 x 115 Pixel | 72 dpi Auflösung
- 4 **Kontaktdaten | Website | Social Media**  
Schrift: Arial Regular 10 pt | Farbe: 100% Schwarz
- 5 **rechtliche Hinweise**  
Schrift: Arial Regular 6 pt | Farbe: 70% Schwarz
- 6 **Dienstsiegel | Standortsiegel**  
Größe: 300 x 85 Pixel | 72 dpi Auflösung
- 7 **Veranstaltungshinweise | Banner**  
Die Größe eines temporären Banners sollte in einem angemessenen Größenverhältnis zu den Absenderlogos der Berufsakademie Sachsen stehen, diese also nicht überschreiten.





**STUDIERN  
IM MARKT**

Berufsakademie Sachsen | Kopernikusstraße 51 | 08371 Glauchau

**Berufsakademie Sachsen  
Zentrale Geschäftsstelle**

Kopernikusstraße 51  
08371 Glauchau  
Telefon: + 49 3763 173-182  
Telefax: + 49 3763 173-181  
info@ba-sachsen.de  
www.ba-sachsen.de

[STUDIERN-IM-MARKT.DE](http://STUDIERN-IM-MARKT.DE)

Abteilung:                      Mitarbeiter/in:                      Durchwahl:                      E-Mail:                      Aktenzeichen:

Glauchau, 00.00.2016

**Lorem ipsum dolor sit amet consectetur**

Sehr geehrter Herr Mustermann,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Culvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi.

Mit freundlichen Grüßen

Name Nachname  
Funktion




## CD-BASISELEMENTE TYPOGRAPHIE

### 6.5 Anwendungsbeispiel: Briefbogen

Für den Inhalt der Geschäftspost wird die Arial verwendet. Die Gliederung, Formatierung und Positionierung der Elemente ist dem Briefbogenraster auf Seite 112 zu entnehmen.





Telefonnummern werden grundsätzlich nach:

- Landesvorwahl
- Vorwahl
- Telefonnummer
- Durchwahl getrennt.

Als Leerraum zwischen diesen Bereichen wird jeweils ein Sechstelgeviert gesetzt.

Die Durchwahl wird mit den Trennstrich getrennt.



Mobilfunknummern werden grundsätzlich nach:

- Landesvorwahl
- Vorwahl
- Telefonnummer getrennt.

Telefonnummern werden von hinten nach vorn in Zweiergruppen gegliedert. Als Leerraum zwischen diesen Bereichen wird jeweils ein Sechstelgeviert gesetzt.

## CD-BASISELEMENTE CORPORATE WORDING

### 6.6. Corporate Wording der Berufsakademie Sachsen

Das Corporate Wording beantwortet die wichtigsten Fragen, welche sich beim Umgang mit Texten ergeben. Neben einer Definition von Schreibweisen zentraler Begriffe werden auch formale Regeln wie die Zifferngliederung festgelegt.

1. ✓

**Berufsakademie Sachsen**  
**University of Cooperative Education**



2. ✓

**Berufsakademie Sachsen**



3. ✗

**BA Sachsen**

4. ✓

**Berufsakademie Sachsen**  
**Staatliche Studienakademie Leipzig**  
**University of Cooperative Education**



5. ✓

**Berufsakademie Sachsen**  
**Staatliche Studienakademie Dresden**



6. ✗

**Staatliche Studienakademie Dresden**  
**Berufsakademie Sachsen**

## CD-BASISELEMENTE CORPORATE WORDING

### 6.6 zentrale Begriffe

Eine einheitliche Sprachregelung bis hin zur Tonalität von Texten stärkt Prägnanz und Einzigartigkeit der Marke „Berufsakademie Sachsen“

1. | 2. | 3.

Der zentraler Begriff „Berufsakademie Sachsen“ kann in gemischten Buchstaben und in Versalien geschrieben werden. Die umgangssprachliche Abkürzung „BA Sachsen“ sollte in der externen Kommunikation nicht verwendet werden.

4. | 5. | 6.

Werden die Standorte benannt, sollte die Dachmarke „Berufsakademie Sachsen“ immer mit genannt werden und dies in vorgestellter Form. Wird der Zusatz „University of Cooperative Education“ integriert, ist die Reihenfolge aus den Standortsiegeln aufzugreifen.

# 07

## **BILDWELTEN**

7.1	Einleitung .....	68
7.2	Studierende, Dozenten, Praxispartner .....	69
7.3	Studienbereiche .....	73
7.4	Architektur und Campus .....	75
7.5	unzulässige Motive .....	77

## 7.1 BILDWELTEN

### Einleitung

Die neue Bildsprache der Berufsakademie Sachsen bietet die Möglichkeit, unterschiedliche Inhalte differenziert zu kommunizieren. Die in diesem Corporate Design Manual vorgestellten Beispiele sollen eine formale Anregung geben, um zukünftige Motive konzeptadäquat umzusetzen. Die aufgeführten Beispiele der folgenden Seiten stellen keine festen Vorgaben dar, sondern definieren den Stil einer vielseitigen und offenen Bildwelt. Hinter der Einzigartigkeit der Berufsakademie Sachsen stehen die Menschen, die darin arbeiten, lehren und studieren, weshalb die Abbildung von Menschen eine zentrale Bedeutung für die Bildsprache der Berufsakademie Sachsen haben sollte, denn Markenwerte lassen sich am besten von Mensch zu Mensch übertragen.

## 7.2 BILDWELTEN

### **Studierende, Dozenten, Praxispartner**

Menschen, gleich ob Studierende, Dozenten oder Praxispartner, sind authentisch, glaubwürdig, einladend, freundlich und hell abzubilden. Dabei sollen reale Situationen eingefangen werden, die Identität transportieren. In der Wahl der Motive sollten sich die Kernwerte der Berufsakademie Sachsen widerspiegeln: partnerschaftlich, persönlich, leistungsorientiert, solide, sicher, bedarfsorientiert.

Wichtig ist ein spannungsvoller Bildaufbau zwischen Vorder- und Hintergrund, beispielsweise durch den bewussten Einsatz von Tiefenschärfen als Gestaltungsmittel, um bedeutsame Bildinhalte schnell erfassbar zu machen und räumlich zu trennen.

Die primären Vorteile eines Studiums an der Berufsakademie Sachsen – hohe Erfolgsquote, sofortiges Einkommen, Job-Garantie – sollen sich in einer sehr positiven Bildanmutung wiederfinden, die beispielsweise durch lächelnde Menschen, eine kollegiale Atmosphäre und freundliche Farb- und Lichtstimmung erzeugt wird. Die Bildsprache soll durch abwechslungsreiche Motivwahl die Vorteile des dualen Studiums auf den Punkt bringen.









## 7.3 BILDWELTEN

### Studienbereiche

Die Bildwelt der Fachbereiche sollte die Qualität des dualen Studiums und dessen Möglichkeiten in den Vordergrund stellen: Vielfalt, Innovation, Know-how, hohe Praxisnähe. Es sollte der Unterschied zu einem herkömmlichen Studium herausgestellt werden.

Die Fachbereiche sind untergliedert in „Wirtschaft“, „Technik“ und „Soziales und Gesundheit“. Jedem Bereich ist im Corporate Design eine Farbwelt zugeordnet. Wenn möglich, kann diese in der Bildsprache durch Integration farbiger Elemente dezent mit aufgenommen werden. Allen Fachbereichen ist eine helle, klare, einladende und freundliche Bildsprache gemein. Auch hier ist ein spannungsvoller Bildaufbau zwischen Vorder- und Hintergrund wichtig, beispielsweise durch den bewussten Einsatz von Tiefenschärfen als Gestaltungsmittel, um bedeutsame Bildinhalte schnell erfassbar zu machen und räumlich zu trennen.

Bei der Abbildung von Menschen können diese in realen Situationen – dokumentarisch – gezeigt werden. Die Bilder fangen still Momente des Lernens und Agierens ein, ohne dass die Menschen der Kamera direkt zugewandt sein müssen.

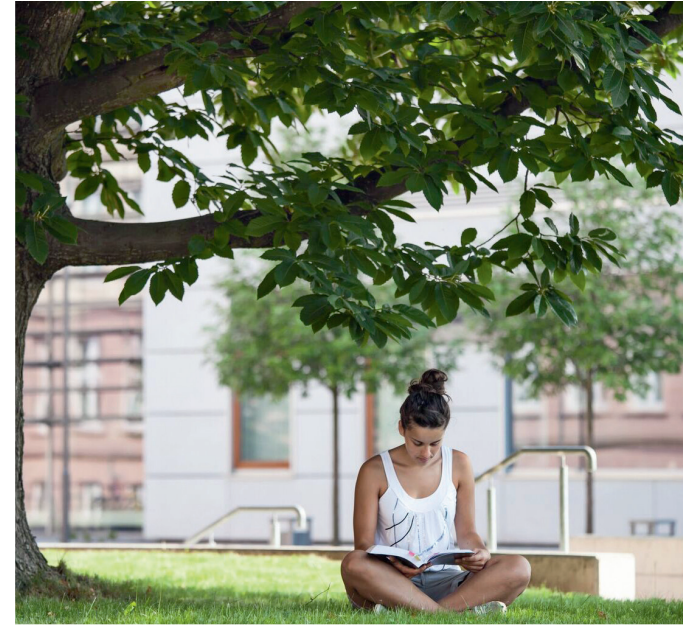
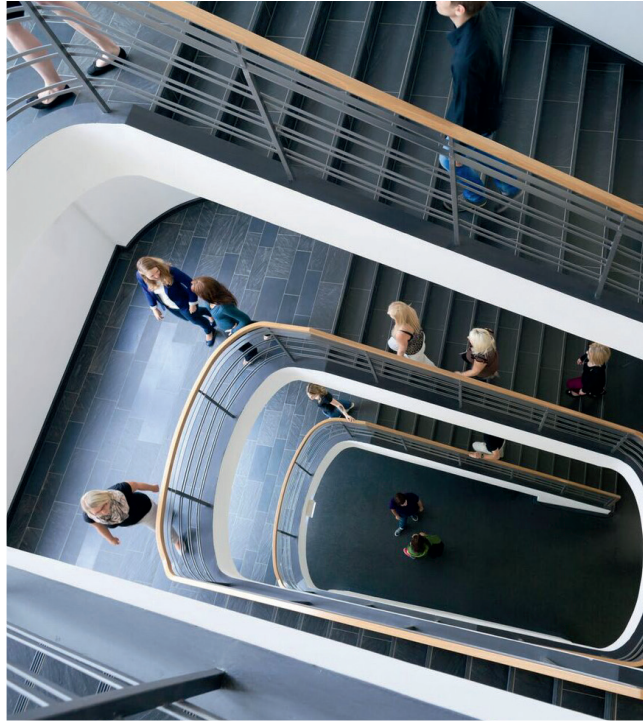


## 7.4 BILDWELTEN

### Architektur und Campus

**Gebäude als Standort – dokumentarische Architekturfotografie:** Die Standortwahl ist ein wichtiges Kriterium. Gebäude sollten so fotografiert werden, dass sie in ihrer Komplexität schnell wiedererkennbar sind. Anschnitte von Gebäuden und stürzende Linien sind zu vermeiden. Die Perspektive kann variieren, um Spannung und Aufmerksamkeit zu generieren, sollte der Wiedererkennung der Einrichtungen aber nicht entgegenwirken. Die Motive im Außenbereich sollen grundsätzlich stark von Lichtverhältnissen, Tageszeit und saisonalen Faktoren bestimmt sein, d.h. eine blühende grüne Umgebung statt dunkler kahler Herbststimmung am Abend. Saisonale Bilder, beispielsweise von Winterlandschaften, können als Motiv genutzt werden, sofern die Laufzeit der Publikation, in der das Bild verwendet wird, Berücksichtigung findet.

**Gebäude im Fokus – Interpretation von Architektur als erlebbar lebendige Bildungseinrichtung:** Der Ausschnitt von Architektur sollte sorgsam gewählt werden, um die Bildungseinrichtung fühlbar und erlebbar zu machen. Sehenswerte Konstruktionen, architektonische Materialien und Besonderheiten der Einrichtung können ebenso im Fokus eines Bildes stehen und ergänzen die rein dokumentarische Gebäude-Fotografie des Standortes. Gerne kann hier mit Reflexionen oder architektonischen Materialien gespielt werden. Wichtig ist ein spannungsvoller Bildaufbau zwischen Vorder- und Hintergrund, beispielsweise durch den bewussten Einsatz von Tiefenschärfen als Gestaltungsmittel, um bedeutsame Bildinhalte schnell erfassbar zu machen. Dies gilt auch für die Abbildung von Menschen, die zudem immer in einem lebendigen, agilen, angewandten Kontext zu sehen sein sollten. Eine menschenleere Abbildung von Architektur oder Campus sollte möglichst vermieden werden, da die Verbindung von Mensch und Bildungseinrichtung angestrebt wird. Menschenleere Motive sind mit spannungsvollen Perspektiven unter Einbeziehung von architektonischen Materialien (Beton, Glas, Holz etc.) zu fotografieren, um die Inhalte fühlbar zu machen.



## 7.5 BILDWELTEN

### unzulässige Motive

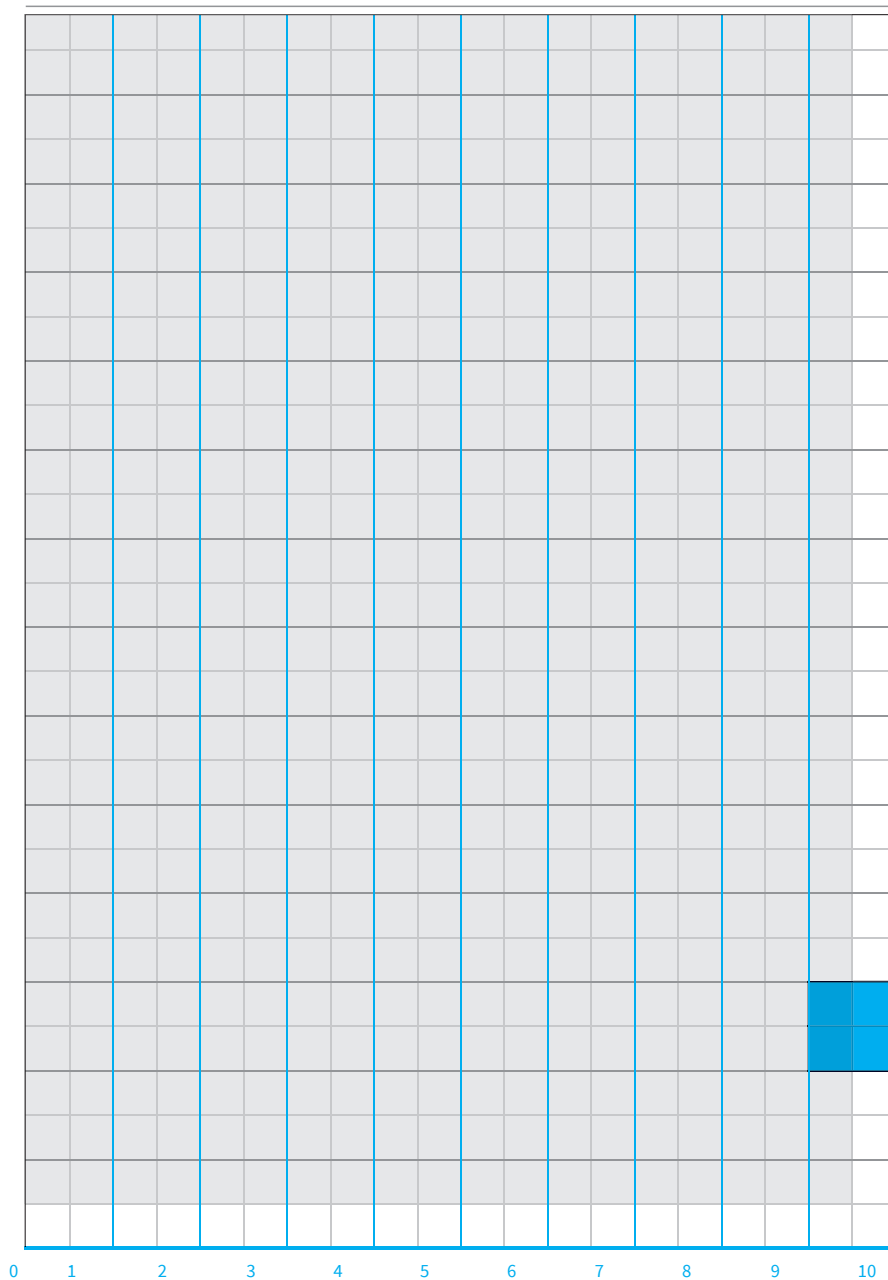
Für die Bildwelt der Berufsakademie Sachsen sind Motive unzulässig, die einer authentischen, natürlichen Bildsprache widersprechen. Zu vermeiden sind Überspitzen von Bildinhalten und formalen fotografischen Gestaltungselementen. Die Verwendung von Illustrationen und anderen Elementen ist ebenfalls nicht gewünscht, da diese in Konkurrenz mit dem Grafikstil (siehe Seite 35) stehen.





## GESTALTUNGSRASTER

8.1	Definition: Beispiel DIN A5 (hoch) .....	80
8.2	Definition: Beispiel DIN A5 (quer) .....	81
8.3	Randberechnung .....	82
8.4	Randberechnung: gängige Formate .....	83
8.5	Flächen-Variable .....	84
8.6	Flächen-Variable: Berechnung für A .....	85
8.7	Flächen-Variable: Berechnung für B .....	86
8.8	Logo-Positionen .....	87
8.9	Logo-Positionen bei extremen Seitenverhältnissen und Kleinformaten .....	91
8.10	Aufbau-Beispiele an gängigen Formaten .....	92



Das letzte Segment muss in der Höhe nicht vollständig sein.

Die quadratischen Segmente werden fortlaufend nach oben dupliziert.

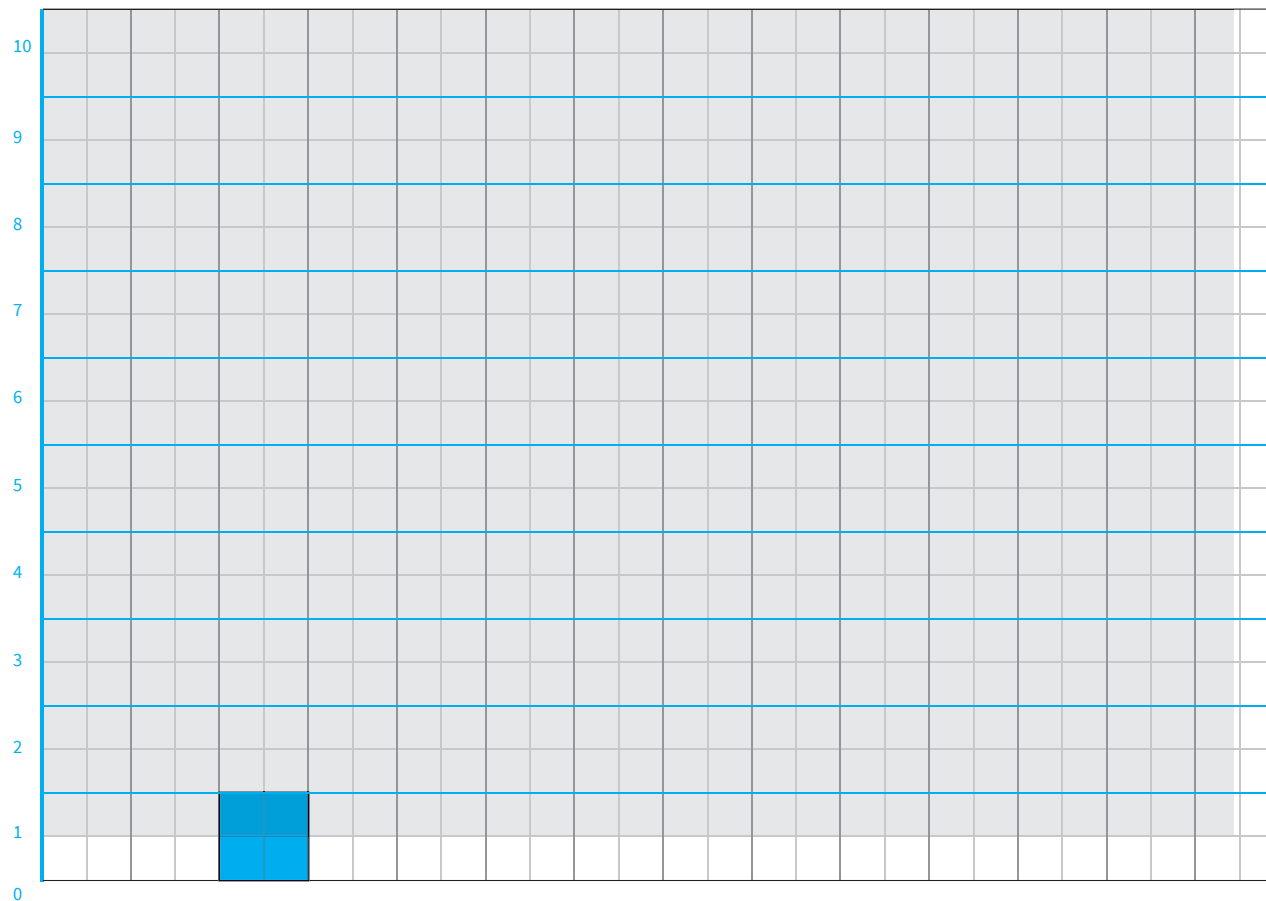
## GESTALTUNGSRASTER DEFINITION

### 8.1 Beispiel DIN A5 (hoch)

Das Grundlinienraster für alle Printmedien der Berufsakademie Sachsen wird wie folgt berechnet:

- 1.) Die Berechnung beginnt im Nullpunkt, dem Koordinatenursprung. (0,0)
- 2.) Die jeweils kürzere Seite des Formates wird in 10 Segmente geteilt.
- 3.) 1 Segment = 1 Quadrat  
Dementsprechend werden die quadratischen Segmente fortlaufend nach oben dupliziert.  
Das letzte Segment muss in der Höhe nicht vollständig sein.





→ Die quadratischen Segmente werden fortlaufend nach oben dupliziert.  
Das letzte Segment muss in der Breite nicht vollständig sein.

## GESTALTUNGSRASTER

### DEFINITION

#### 8.2 Beispiel DIN A5 (quer)

Das Grundlinienraster für alle Printmedien der Berufsakademie Sachsen wird wie folgt berechnet:

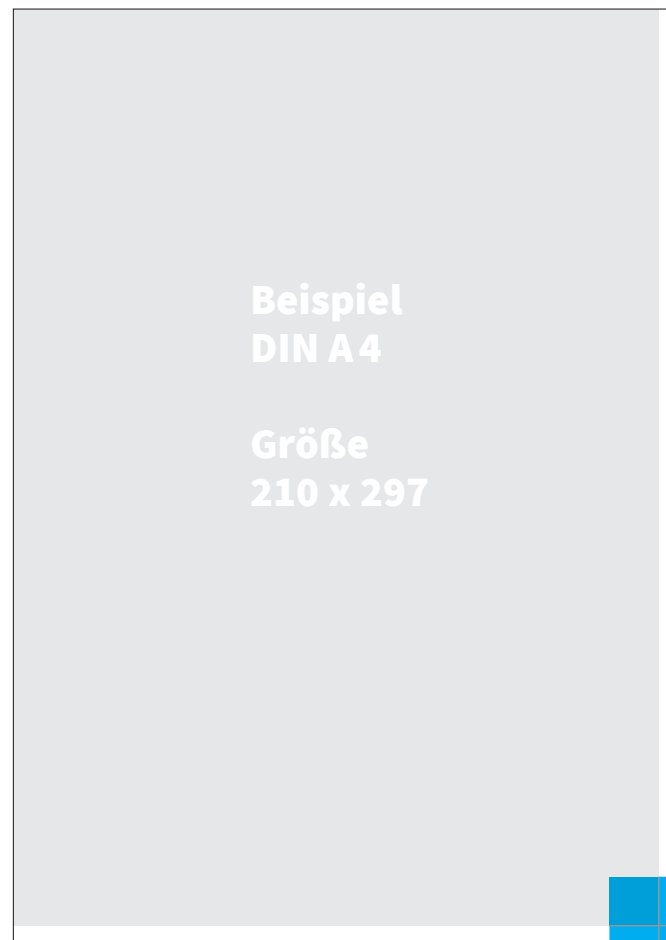
- 1.) Die Berechnung beginnt im Nullpunkt, dem Koordinatenursprung. (0,0)
- 2.) Die jeweils kürzere Seite des Formates wird in 10 Segmente geteilt.
- 3.) 1 Segment = 1 Quadrat  
Dementsprechend werden die quadratischen Segmente fortlaufend nach rechts dupliziert. Das letzte Segment muss in der Breite nicht vollständig sein.



**Beispiel  
DIN lang Flyer**

**Größe  
100 x 210**

½ Segment von der rechten unteren Ecke



**Beispiel  
DIN A4**

**Größe  
210 x 297**

¼ Segment von der rechten unteren Ecke

## GESTALTUNGSRASTER RANDBERECHNUNG

### 8.3 Beispiel

Der Rand wird immer von der rechten unteren Ecke berechnet.

Für alle Medien, deren kürzeste Seite kleiner als 210 mm ist, beträgt der Rand ½ Segment.

Für alle Medien, deren kürzeste Seite gleich oder größer als 210 mm ist, beträgt der Rand ¼ Segment.

## DIN-Formate

---

### DIN A6

(105 mm x 148 mm)

1 Segment: 10,5 mm

Rand: 5,25 mm (½ Segment)

### DIN A5

(148 mm x 210 mm)

1 Segment: 14,8 mm

Rand: 7,4 mm (½ Segment)

### DIN A4

(210 mm x 297 mm)

1 Segment: 21 mm

Rand: 5,25 mm (¼ Segment)

### DIN A3

(297 mm x 420 mm)

1 Segment: 29,7 mm

Rand: 7,425 mm (¼ Segment)

### DIN A2

(420 mm x 594 mm)

1 Segment: 42 mm

Rand: 10,5 mm (¼ Segment)

### DIN A1

(594 mm x 841 mm)

1 Segment: 59,4 mm

Rand: 14,85 mm (¼ Segment)

## Flyer-Formate

---

### DIN LANG

(98 mm x 210 mm)

1 Segment: 98 mm

Rand: 4,9 mm (½ Segment)

### DIN LANG

(100 mm x 210 mm)

1 Segment: 10 mm

Rand: 5 mm (½ Segment)

### DIN LANG PLUS

(105 mm x 210 mm)

1 Segment: 10,5 mm

Rand: 5,25 mm (½ Segment)

## Roll-Ups - mit Rand an 3 Seiten (siehe auch Aufbau von Roll-Ups Seite 95)

---

### Beispiel 1

850 mm x 2000 mm

1 Segment: 85 mm

Rand unten und rechts : 42,5 cm

Rand oben : 255 mm

### Beispiel 2

1000 mm x 2000 mm

1 Segment: 100 mm

Rand unten und rechts : 50 mm

Rand oben : 300 mm

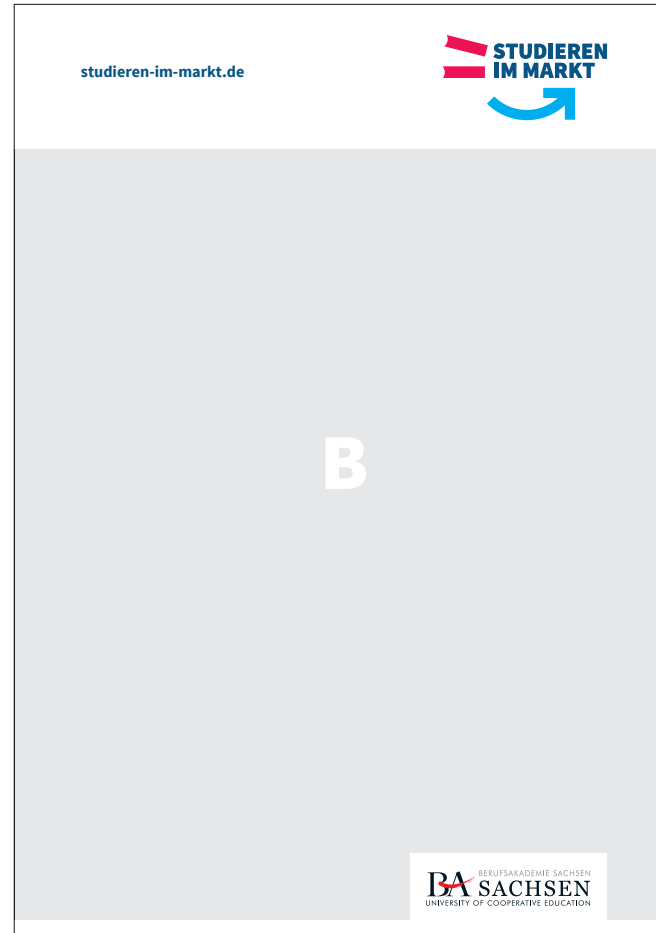
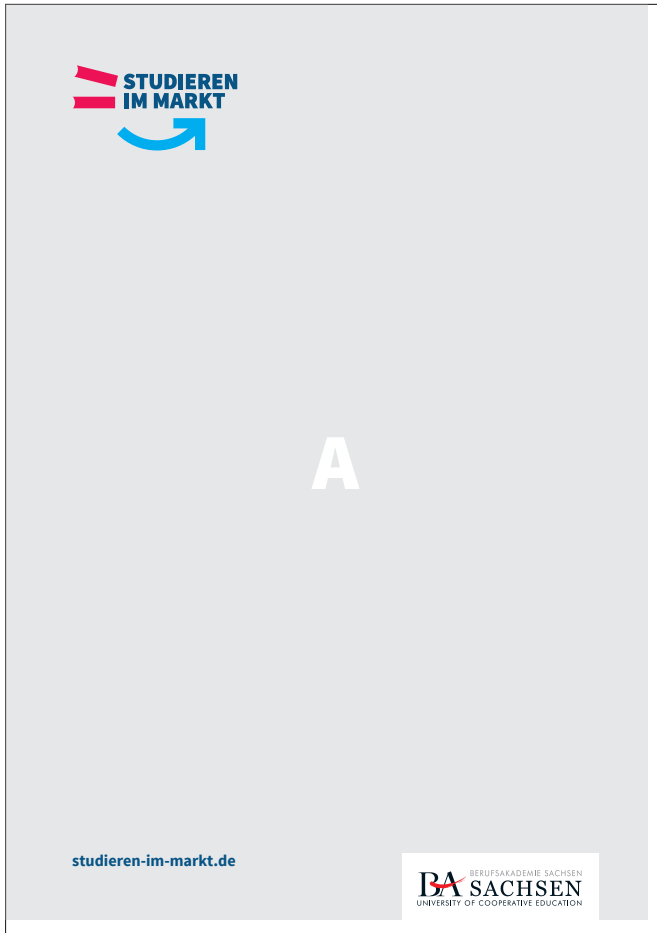
*Produktionstechnische  
Formatzugaben müssen  
beim Hersteller erfragt  
und addiert werden.*

## GESTALTUNGSRASTER

### RANDBERECHNUNG

#### 8.4 gängige Formate

Die Randberechnung für die gängigsten Formate in der Printkommunikation.



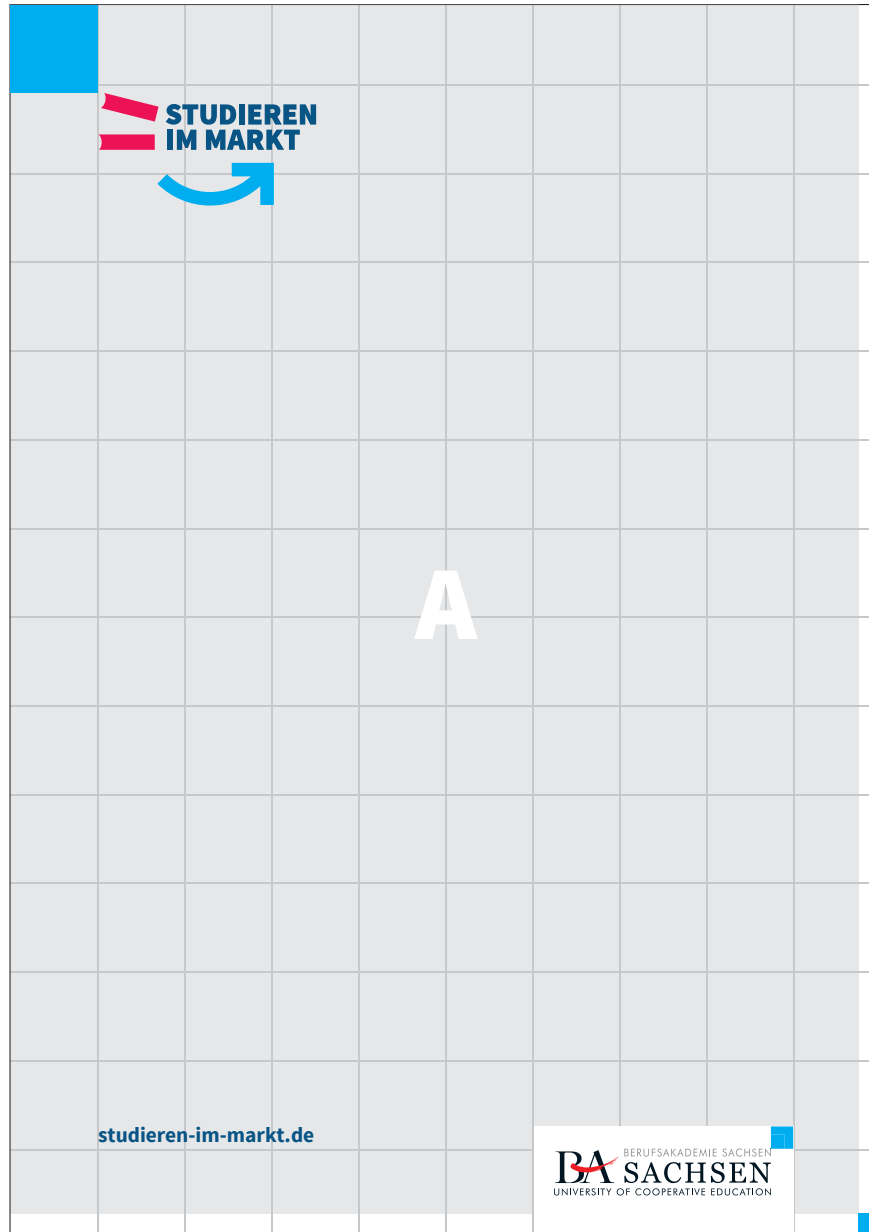
## GESTALTUNGSRASTER FLÄCHEN-VARIABLE

### 8.5 am Beispiel DIN A4

Grundsätzlich gibt es 2 Möglichkeiten der Flächenverteilung.

Beide Anwendungen sind möglich und richten sich nach dem Inhalt, welcher transportiert werden soll.

Verwendungsbeispiele für Variante B sind u.a. Power-Point-Präsentationen oder Roll-Ups.



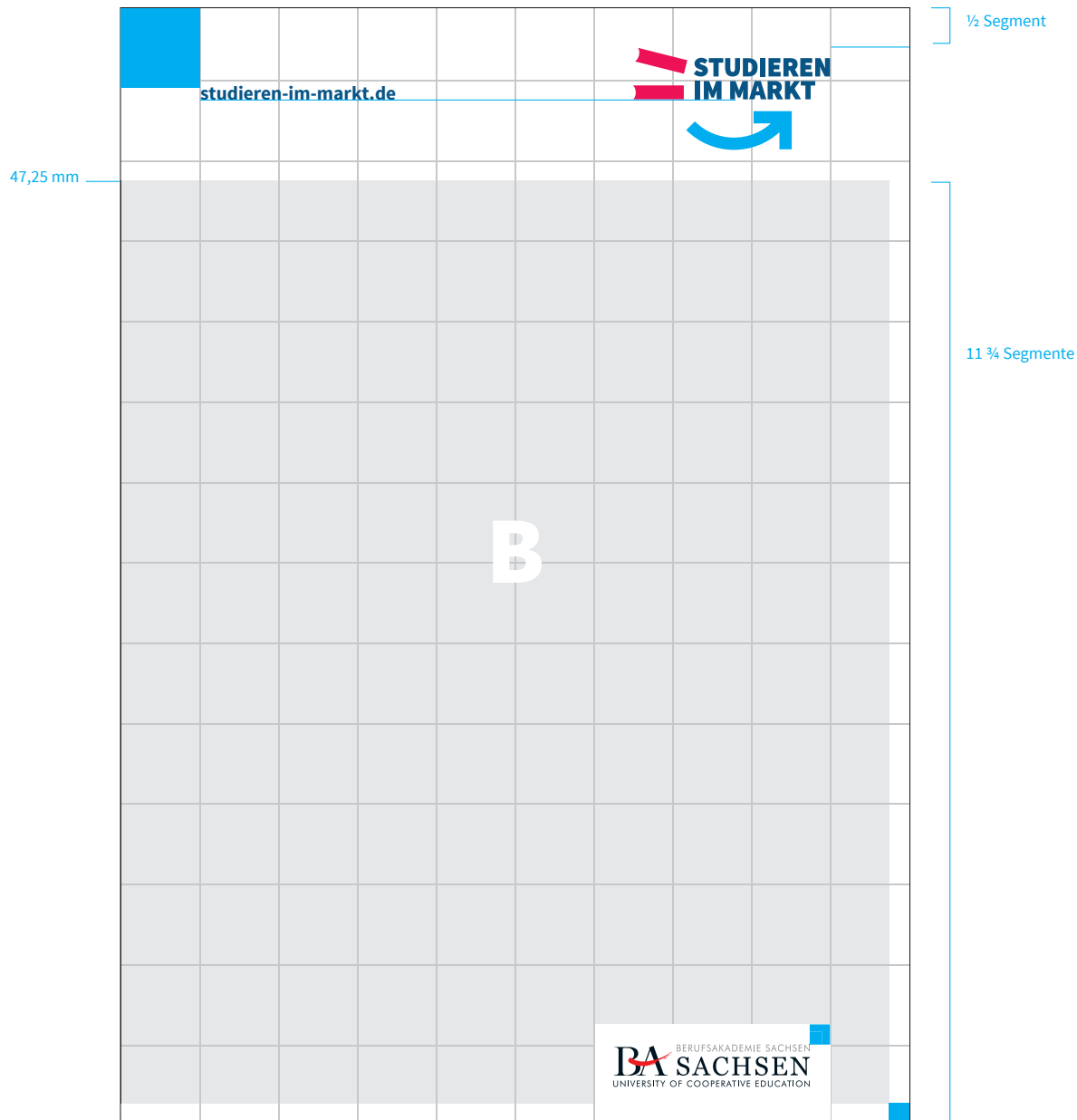
## GESTALTUNGSRASTER FLÄCHEN-VARIABLE

### 8.6 Berechnung für A

am Beispiel DIN A4

Rand: 5,25 mm (¼ Segment)

1 Segment: 21 mm



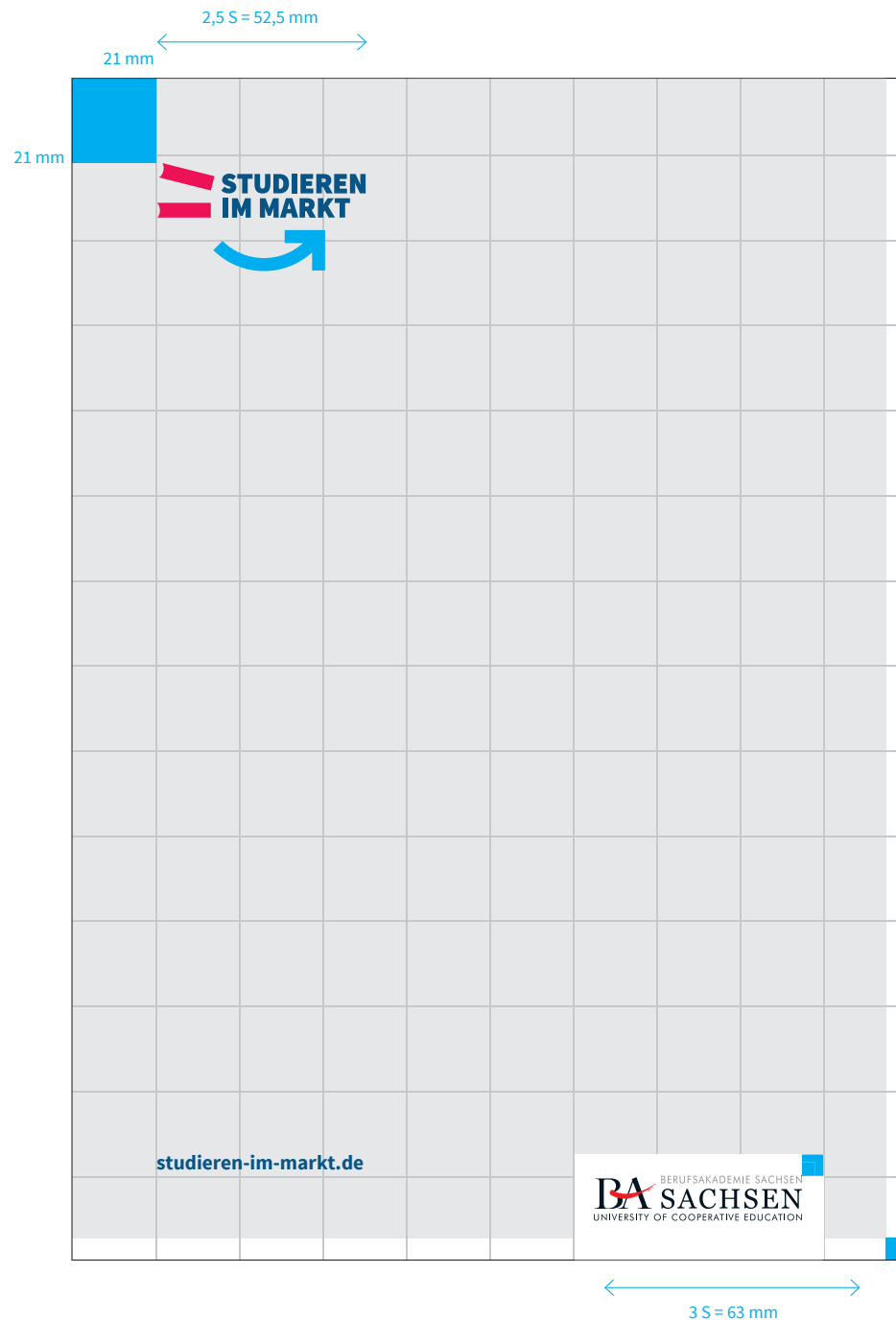
## GESTALTUNGSRASTER FLÄCHEN-VARIABLE

### 8.7 Berechnung für B

am Beispiel DIN A4

Rand rechts und unten: 5,25 mm (1/4 Segment)

Rand oben: 47,25 mm



Die Dienstsiegel-Breite beträgt 3 Segmente.  
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von ¼ Segment

## GESTALTUNGSRASTER LOGO-POSITIONEN

### 8.8 Beispiel A4 (hoch)

#### Kampagnenlogo Größe:

Das Kampagnenlogo ist 2,5 Segmente breit.  
Breite = 52,5 mm

#### Kampagnenlogo Positionierung:

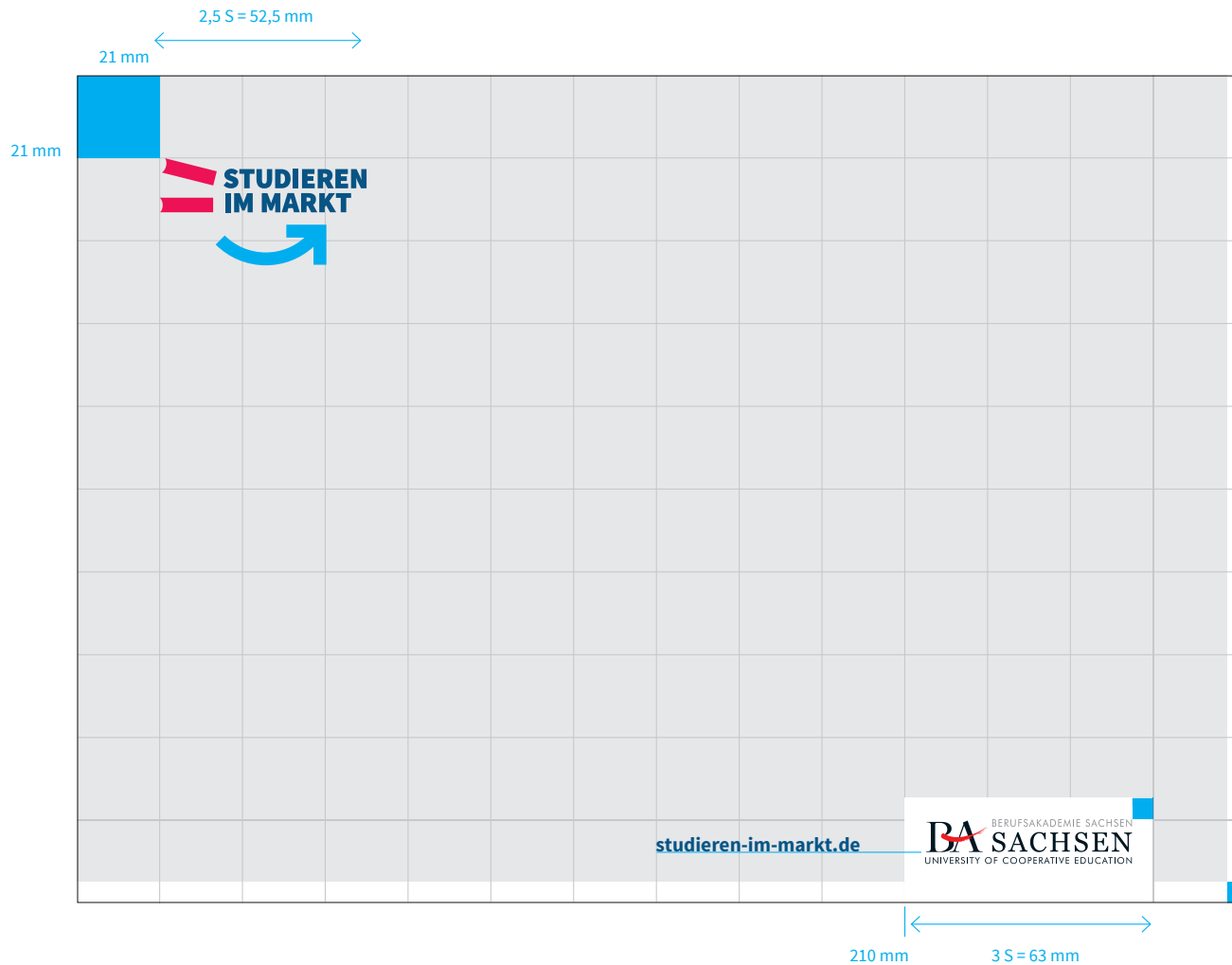
Ursprung ist in x- und y-Achse nach einem Segment. X und Y = 21 mm

#### Dienstsiegel Größe:

Das Dienstsiegel ist 3 Segmente breit.  
Breite = 63 mm  
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von ¼ Segment.

#### Dienstsiegel Positionierung:

X = 126 mm  
Y = 267,75 mm



## GESTALTUNGSRASTER LOGO-POSITIONEN

### 8.8 Beispiel A4 (quer)

#### Beispiel A4

##### Kampagnenlogo Größe:

Das Kampagnenlogo ist 2,5 Segmente breit.  
Breite = 52,5 mm

##### Kampagnenlogo Positionierung:

Ursprung ist in x- und y-Achse nach einem  
Segment. X und Y = 21 mm

##### Dienstsiegel Größe:

Das Dienstsiegel ist 3 Segmente breit.  
Breite = 63 mm

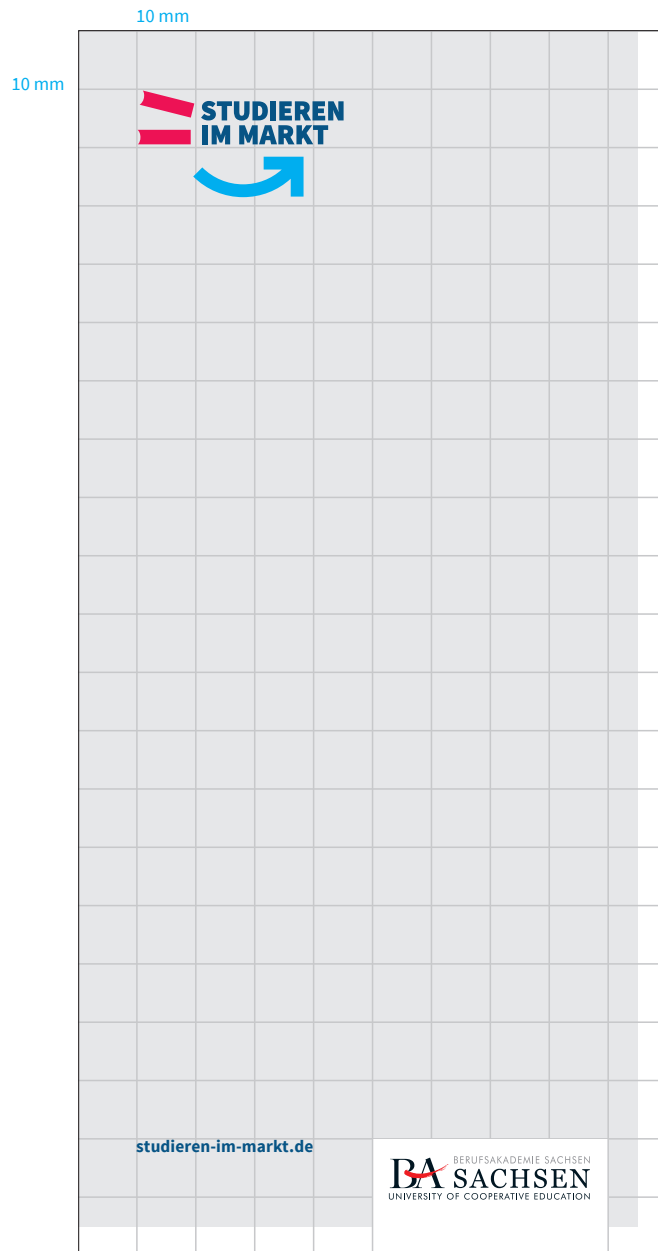
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von  
¼ Segment.

##### Dienstsiegel Positionierung:

X = 210 mm

Y = 183,75 mm





Die Dienstsiegel-Breite  
beträgt 4 Segmente.  
Der Schriftzug hat eine  
Schutzzone von ¼ Segment

## GESTALTUNGSRASTER LOGO-POSITION

### 8.8 DIN-lang-Flyer 100 x 210 mm Aufbau A

Rand: 5 mm (halbes Segment)  
1 Segment: 10 mm

#### Kampagnenlogo Größe:

Das Kampagnenlogo ist 3,5 Segmente breit.  
Breite = 35 mm

#### Kampagnenlogo Positionierung:

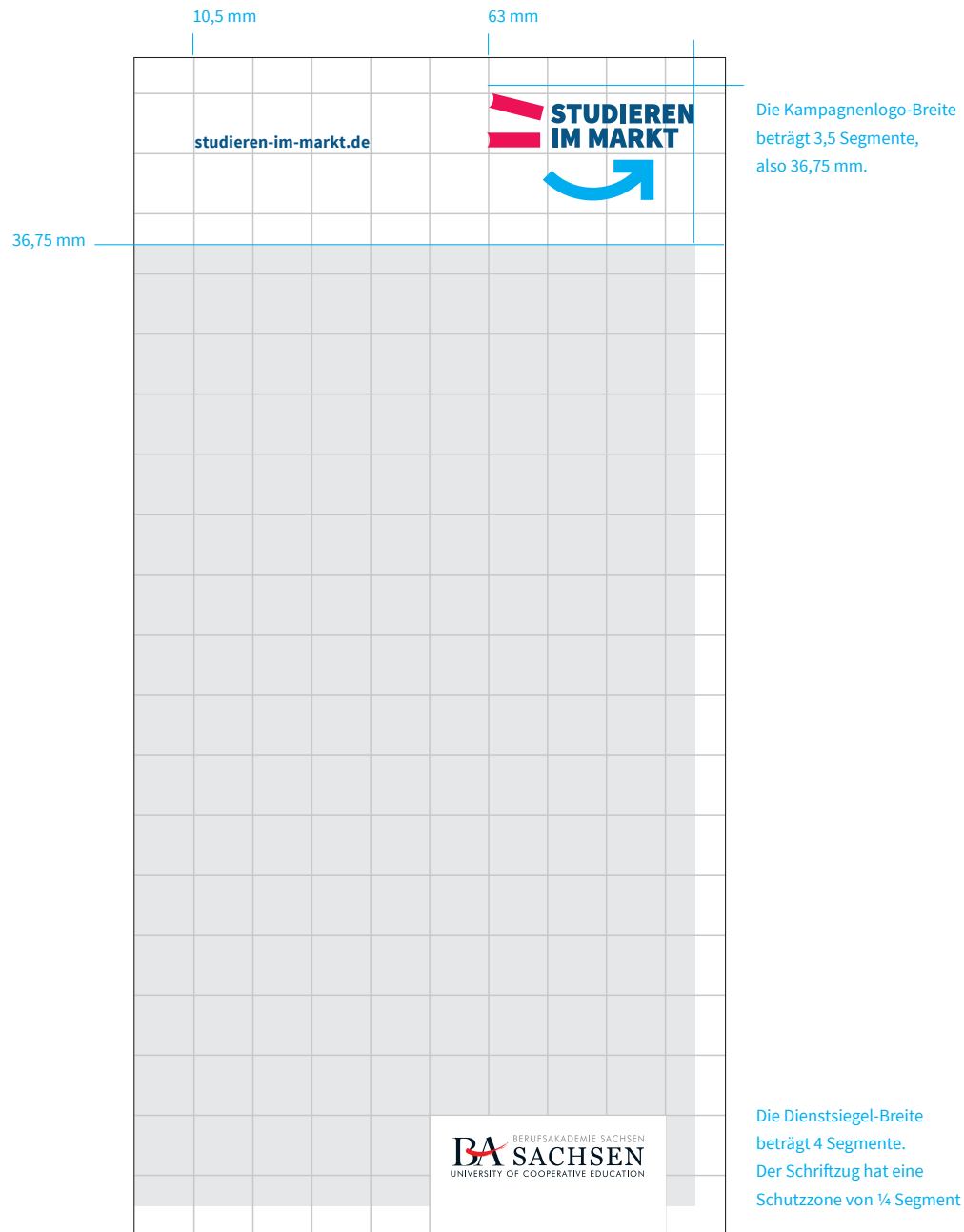
X und Y = 10 mm

#### Dienstsiegel Größe:

Die Dienstsiegel-Breite beträgt 4 Segmente.  
Breite = 40 mm Breite.  
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von  
¼ Segment.

#### Dienstsiegel Positionierung:

X = 50 mm  
Y = 190 mm



## GESTALTUNGSRASTER LOGO-POSITION

### 8.8 DIN-lang-Flyer 105 x 210 mm Aufbau B

1 Segment: 10,5 mm  
 Rand links und unten: 5,25 mm  
 Rand oben: 36,75 mm

#### Kampagnenlogo Größe:

Das Kampagnenlogo ist 3,5 Segmente breit.  
 Breite = 36,75 mm

#### Kampagnenlogo Positionierung:

X = 21 mm  
 X = 63 mm

#### Dienstsiegel Größe:

Die Dienstsiegel-Breite beträgt 4 Segmente.  
 Breite = 42 mm Breite.  
 Der Schriftzug hat eine Schutzzone von  
 ¼ Segment.

#### Dienstsiegel Positionierung:

X = 52,5 mm  
 Y = 189 mm



### Beispiel ohne Bild



### Beispiel mit Bild

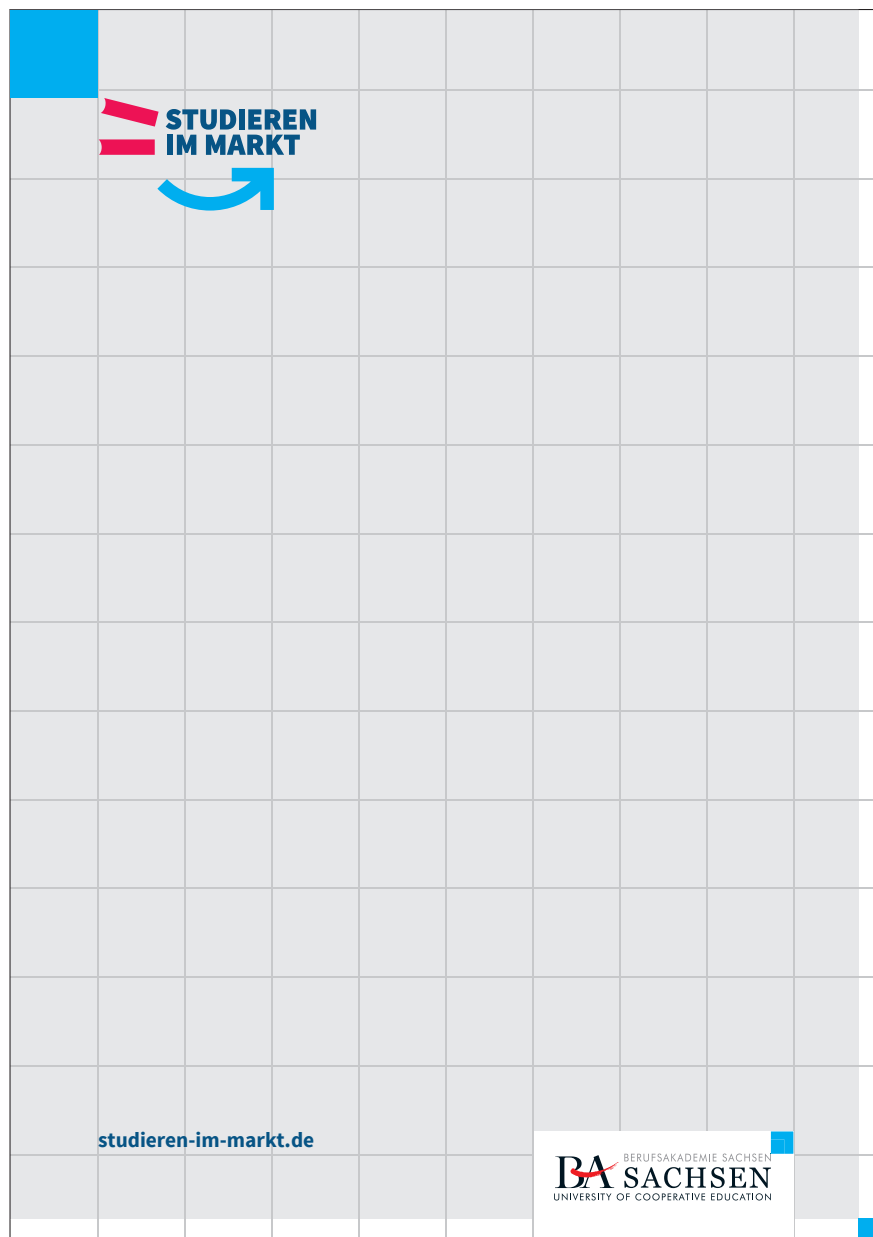


## GESTALTUNGSRASTER LOGO-POSITIONEN

### 8.9 extreme Seitenverhältnisse und Kleinstformate

#### extreme Seitenverhältnisse von 1 : 2 | 2 : 1 | und Kleinstformate

Bei sehr schmalen Formaten, die eine kleine Segment-Breite – und damit eine zu kleine Logodarstellung nach sich ziehen würden, können beide Logos entsprechend des Endformats verändert werden. Dabei ist darauf zu achten, dass sie proportional im selben Verhältnis zueinander vergrößert oder verkleinert werden.



## GESTALTUNGSRASTER AUFBAU-BEISPIELE

### 8.10 Aufbau DIN-Formate

Das Grundlinienraster für alle Printmedien der Berufsakademie Sachsen wird wie folgt berechnet:

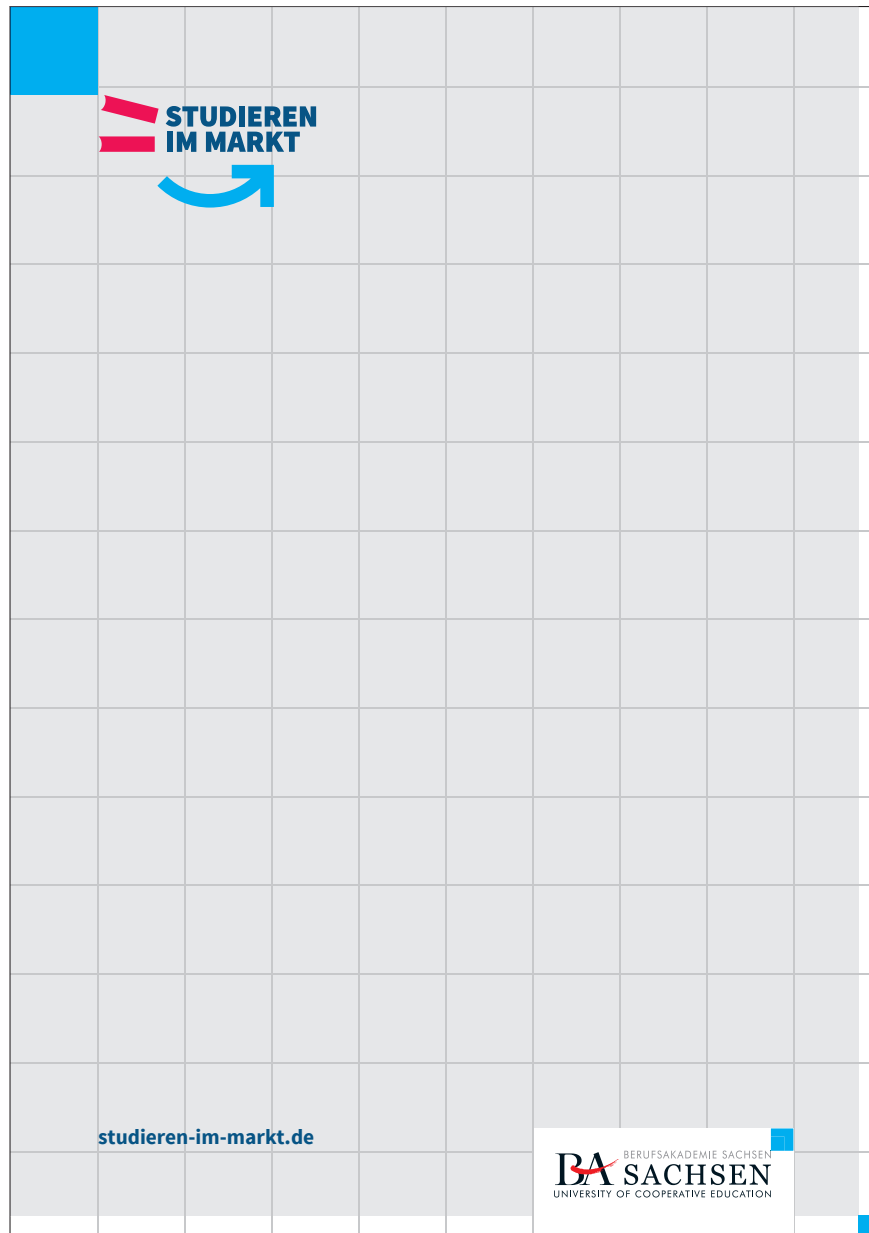
- 1.) Die Berechnung beginnt im Nullpunkt, dem Koordinatenursprung.
- 2.) Die jeweils kürzere Seite des Formates wird in 10 Segmente geteilt.
- 3.) 1 Segment = 1 Quadrat

Dementsprechend werden die quadratischen Segmente fortlaufend nach oben dupliziert. Das letzte Segment muss in der Höhe nicht vollständig sein.

#### am Beispiel DIN A4

Rand: 5,25 mm ( $\frac{1}{4}$  Segment)

1 Segment: 21 mm



## GESTALTUNGSRASTER AUFBAU-BEISPIELE

### 8.10 Broschürentitel A4

#### Kampagnenlogo Größe:

Das Kampagnenlogo ist 2,5 Segmente breit.  
Breite = 52,5 mm

#### Kampagnenlogo Positionierung:

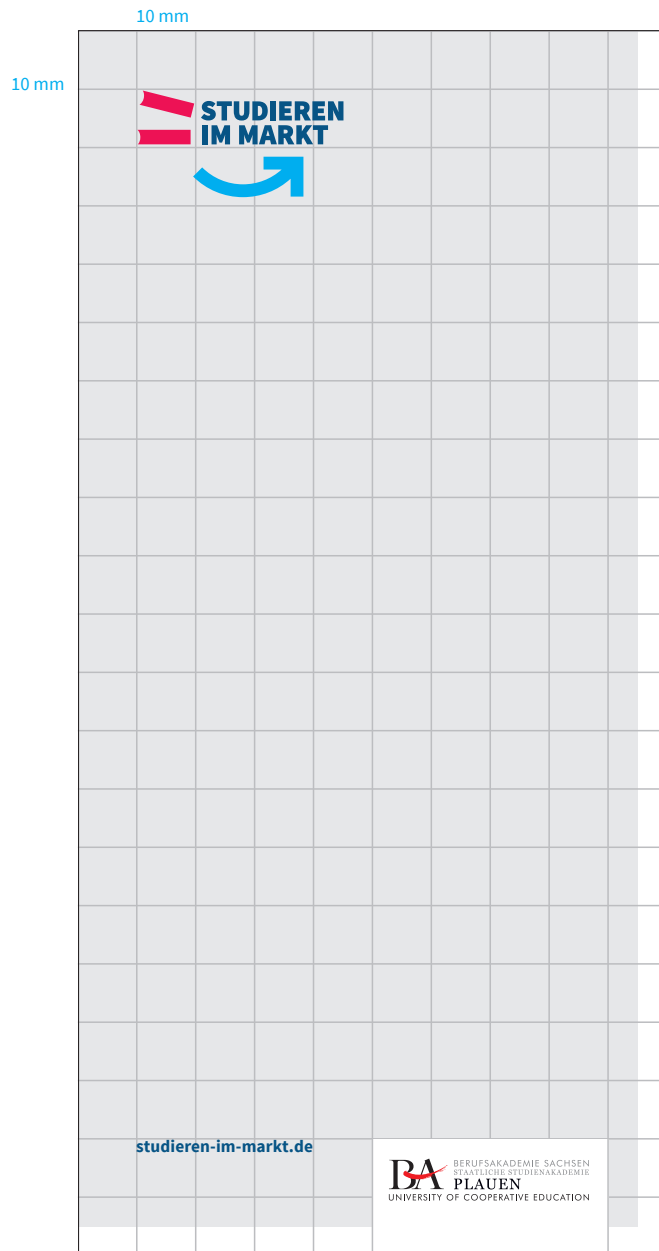
Ursprung ist in x- und y-Achse nach einem  
Segment. X und Y = 21 mm

#### Dienstsiegel Größe:

Das Dienstsiegel ist 3 Segmente breit.  
Breite = 63 mm  
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von  
 $\frac{1}{4}$  Segment.

#### Dienstsiegel Positionierung:

X = 126 mm  
Y = 267,75 mm



Die Dienstsiegel-Breite  
beträgt 4 Segmente.  
Der Schriftzug hat eine  
Schutzzone von ¼ Segment

## GESTALTUNGSRASTER AUFBAU-BEISPIELE

### 8.10 DIN-lang-Flyer

Rand: 5 mm (halbes Segment)  
1 Segment: 10 mm

#### Kampagnenlogo Größe:

Das Kampagnenlogo ist 3,5 Segmente breit.  
Breite = 35 mm

#### Kampagnenlogo Positionierung:

X und Y = 10 mm

#### Dienstsiegel Größe:

Die Dienstsiegel-Breite beträgt 4 Segmente.  
Breite = 40 mm Breite.  
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von  
¼ Segment.

#### Dienstsiegel Positionierung:

X = 50 mm  
Y = 190 mm



Das Dienstsiegel sollte nicht unterhalb von 70 cm platziert werden, um die Sichtbarkeit des Logos zu gewährleisten.

Der Schriftzug hat eine Schutzzone von ¼ Segment

## GESTALTUNGSRASTER AUFBAU-BEISPIELE

### 8.10 Roll-Up

Durch die Platzierung von Roll-Ups im öffentlichen Raum, bei Messen oder Ausstellungen ... ist das Dienstsiegel nicht unterhalb einer Höhe von 70 cm zu platzieren, um die Sichtbarkeit zu gewährleisten.

Um das Erfassen von Absender und URL in der Fernwirkung zu unterstützen, werden diese Elemente positiv (auf weißem Grund) abgebildet.



## KAMPAGNE

9.1	Kampagnen Aufbau und Mechanik .....	97
9.2	Ikonographie für die stärksten Vorteile .....	98
9.3	Kampagnen Anwendungsbeispiele .....	99



**Die Mechanik:**

**Wenn andere noch  
A B C,  
machst du schon  
D E F.**

**Beispiel:**

**Wenn andere noch  
Jobs suchen,  
bekommst du schon  
dein erstes Festgehalt.**

## **ANWENDUNG KAMPAGNE**

### **9.1 Aufbau und Mechanik**

Die Headlines der Kampagne folgen stets dieser Mechanik.



***Graduiert mit Einkommen  
und bester Berufsaussicht.***

## **ANWENDUNG KAMPAGNE**

### **9.2 Ikonographie für die stärksten Vorteile**

Die Ikonographie bringt die eruierten  
stärksten Vorteile prägnant auf den Punkt.

studieren-im-markt.de



**Wenn andere Mutti  
noch auf der Tasche  
liegen, lädst du sie  
schon zum Brunch ein.**



*Graduiert mit Einkommen  
und bester Berufsaussicht.*

BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
**BA SACHSEN**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

studieren-im-markt.de



**Wenn andere noch  
Jobs suchen, bekommst  
du schon dein  
erstes Festgehalt.**



*Graduiert mit Einkommen  
und bester Berufsaussicht.*

BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
**BA SACHSEN**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## ANWENDUNG KAMPAGNE

### 9.3 Anwendungsbeispiele

# 10 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

10.1 Briefbogen Zentrale Geschäftsstelle .....	101
10.2 Briefbogen Standort .....	103
10.3 Briefbogen Standort: Direktion .....	104
10.4 Briefbogen und dezentrale Logos .....	105
10.5 Folgebogen .....	109
10.6 Briefbogen Aufbau .....	110
10.7 Briefbogen Formatierung .....	111
10.8 Faxbogen .....	112
10.9 Visitenkarten .....	113
10.10 Visitenkarten Aufbau: zentrale Geschäftsstelle .....	114
10.11 Visitenkarten Aufbau: Standorte .....	115
10.12 Visitenkarten Formatierung .....	116
10.13 Kuvert DIN C4 mit Fenster .....	117
10.14 Kuvert DIN C6/5 mit Fenster .....	118
10.15 Image- und Pressemappe .....	119
10.16 E-Mail Signatur .....	120
10.17 Stempel .....	121



## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.1 Briefbogen zentrale Geschäftsstelle

Der zentralen Geschäftsstelle der Berufsakademie Sachsen steht ein einheitlicher Brief- und Folgebogen zur Verfügung.

**STUDIERN  
IM MARKT**

**Berufsakademie Sachsen  
Zentrale Geschäftsstelle**

Kopernikusstraße 51  
08371 Glauchau  
Telefon: +49 3763 173-182  
Telefax: +49 3763 173-181  
info@ba-sachsen.de  
www.ba-sachsen.de

[STUDIERN-IM-MARKT.DE](http://STUDIERN-IM-MARKT.DE)

Berufsakademie Sachsen | Kopernikusstraße 51 | 08371 Glauchau

Abteilung:                      Bearbeiter/in:                      Durchwahl:                      E-Mail:                      Aktenzeichen:

**BA SACHSEN**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.1 Briefbogen zentrale Geschäftsstelle

Diese Vordrucke werden durch den Nutzer mit folgenden möglichen Angaben im Word vervollständigt.

- Abteilung
- Bearbeiter/in:
- Durchwahl:
- E-Mail
- Aktenzeichen

Diese Angaben in der Aktenzeile sind variable und können in der Word-Vorlage nach Bedarf ausgefüllt oder gelöscht werden.

**STUDIERN  
IM MARKT**

**Berufsakademie Sachsen  
Staatliche Studienakade-  
mie Glauchau**

Kopernikusstraße 51  
08371 Glauchau  
Telefon: + 49 3763 173-0  
Telefax: + 49 3763 173-180  
info@ba-glauchau.de  
www.ba-glauchau.de

[STUDIERN-IM-MARKT.DE](http://STUDIERN-IM-MARKT.DE)

Staatliche Studienakademie Glauchau | Kopernikusstraße 51 | 08371 Glauchau

Studiengang:                      Bearbeiter/in:                      Durchwahl:                      E-Mail:                      Aktenzeichen:

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STÄATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**GLAUCHAU**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.2 Briefbogen Standort

Jedem Standort der Berufsakademie Sachsen steht ein einheitlicher Brief- und Folgebogen zur Verfügung. Diese Vordrucke werden durch den Nutzer mit folgenden möglichen Angaben im Word vervollständigt.

- Studiengang:
- Bearbeiter/in:
- Durchwahl:
- E-Mail
- Aktenzeichen

Diese Angaben in der Aktenzeile sind variable und können in der Word-Vorlage nach Bedarf ausgefüllt oder gelöscht werden.





**STUDIERN  
IM MARKT**

Staatliche Studienakademie Glauchau | Kopernikusstraße 51 | 08371 Glauchau

**DIREKTION**  
**Berufsakademie Sachsen**  
**Staatliche Studienakademie**  
**Glauchau**

Kopernikusstraße 51  
 08371 Glauchau  
 Telefon: +49 3763 173-0  
 Telefax: +49 3763 173-180  
 info@ba-glauchau.de  
 www.ba-glauchau.de

[STUDIERN-IM-MARKT.DE](http://STUDIERN-IM-MARKT.DE)

Ansprechpartner/in:                      Durchwahl:                      E-Mail:                      Aktenzeichen:



**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
 STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**GLAUCHAU**  
 UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

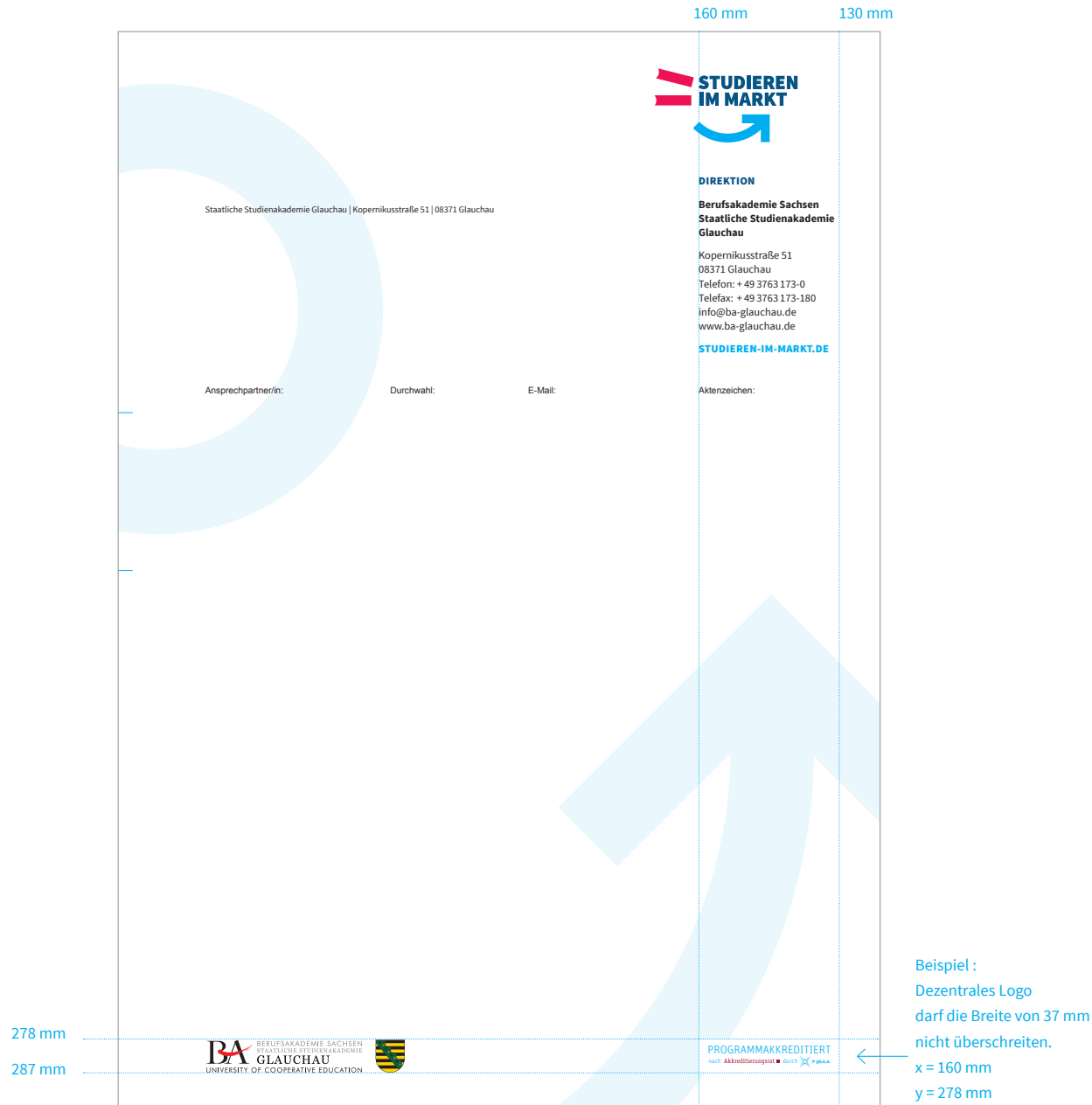
### 10.3 Briefbogen Standort: Direktion

Jedem Standort der Berufsakademie Sachsen steht ein einheitlicher Brief- und Folgebogen zur Verfügung. Diese Vordrucke werden durch den Nutzer mit folgenden möglichen Angaben im Word vervollständigt.

- Ansprechpartner/in:
- Durchwahl:
- E-Mail
- Aktenzeichen

Diese Angaben in der Aktenzeile sind variable und können in der Word-Vorlage nach Bedarf ausgefüllt oder gelöscht werden.





## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

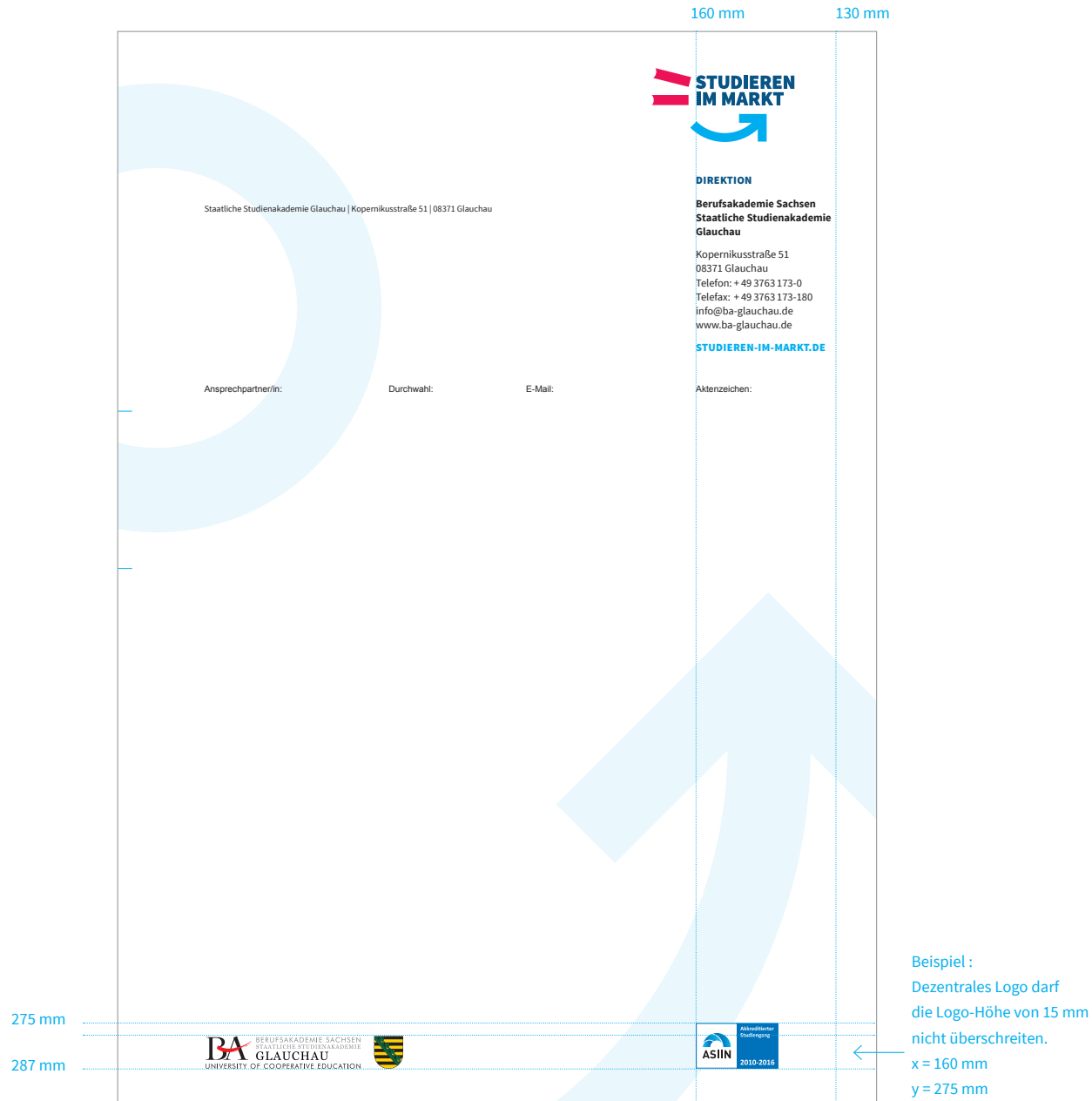
### 10.4 Briefbogen und dezentrale Logos

Dezentrale Logos (Logos von anderen Einrichtungen, Qualitätssiegel...) können an vorgegebener Stelle auf den Briefbögen platziert werden.

Grundsätzlich sollten nur maximal 2 dezentrale Logos auf dem Briefbogen abgebildet werden.

#### Beispiel: 1

ein dezentrales Logo im Querformat



## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

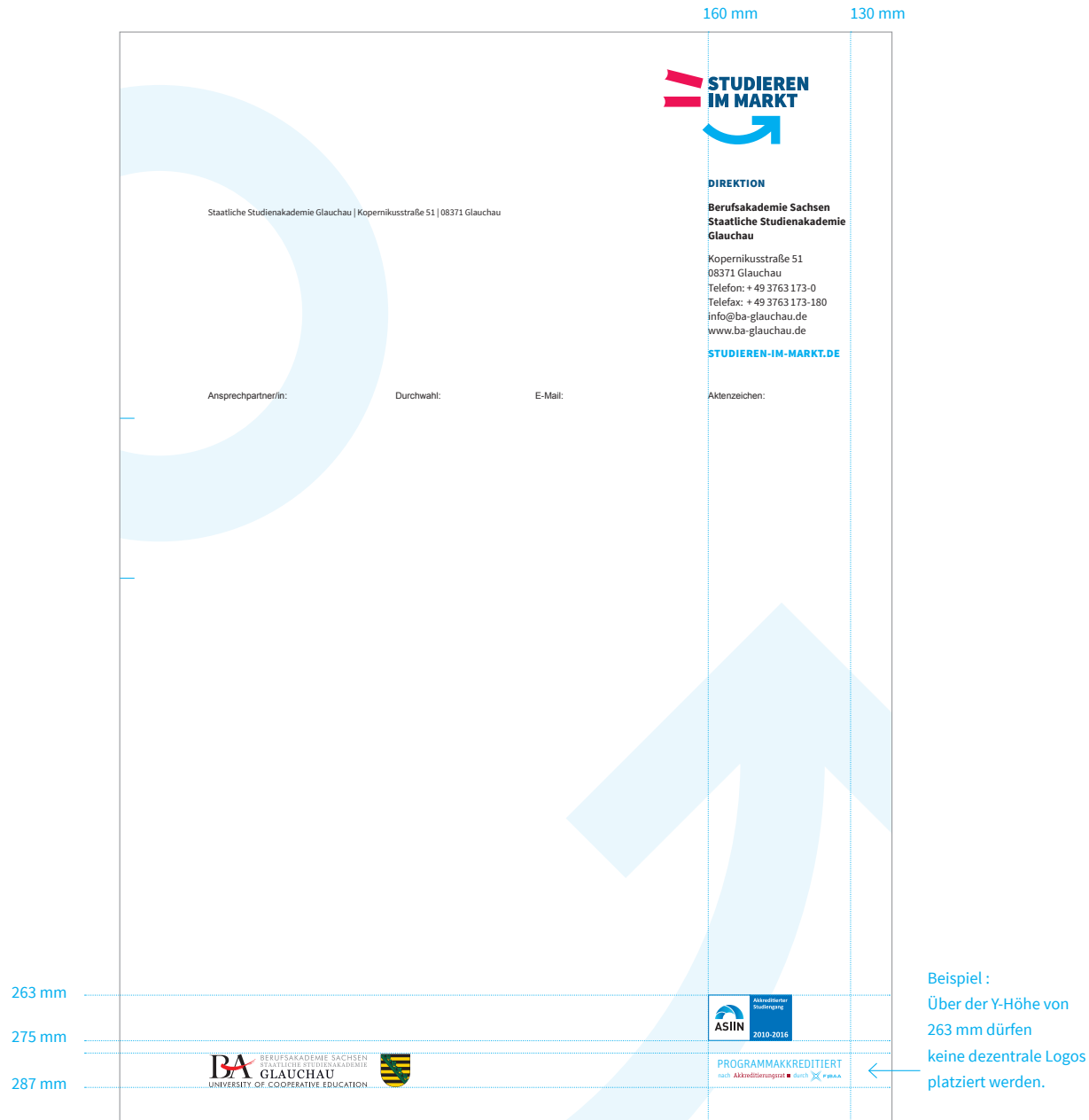
### 10.4 Briefbogen und dezentrale Logos

Dezentrale Logos (Logos von anderen Einrichtungen, Qualitätssiegel...) können an vorgegebener Stelle auf den Briefbögen platziert werden.

Grundsätzlich sollten nur maximal 2 dezentrale Logos auf dem Briefbogen abgebildet werden.

#### Beispiel: 2

ein dezentrales Logo im Querformat, welches die Maximalhöhe nicht überschreitet.



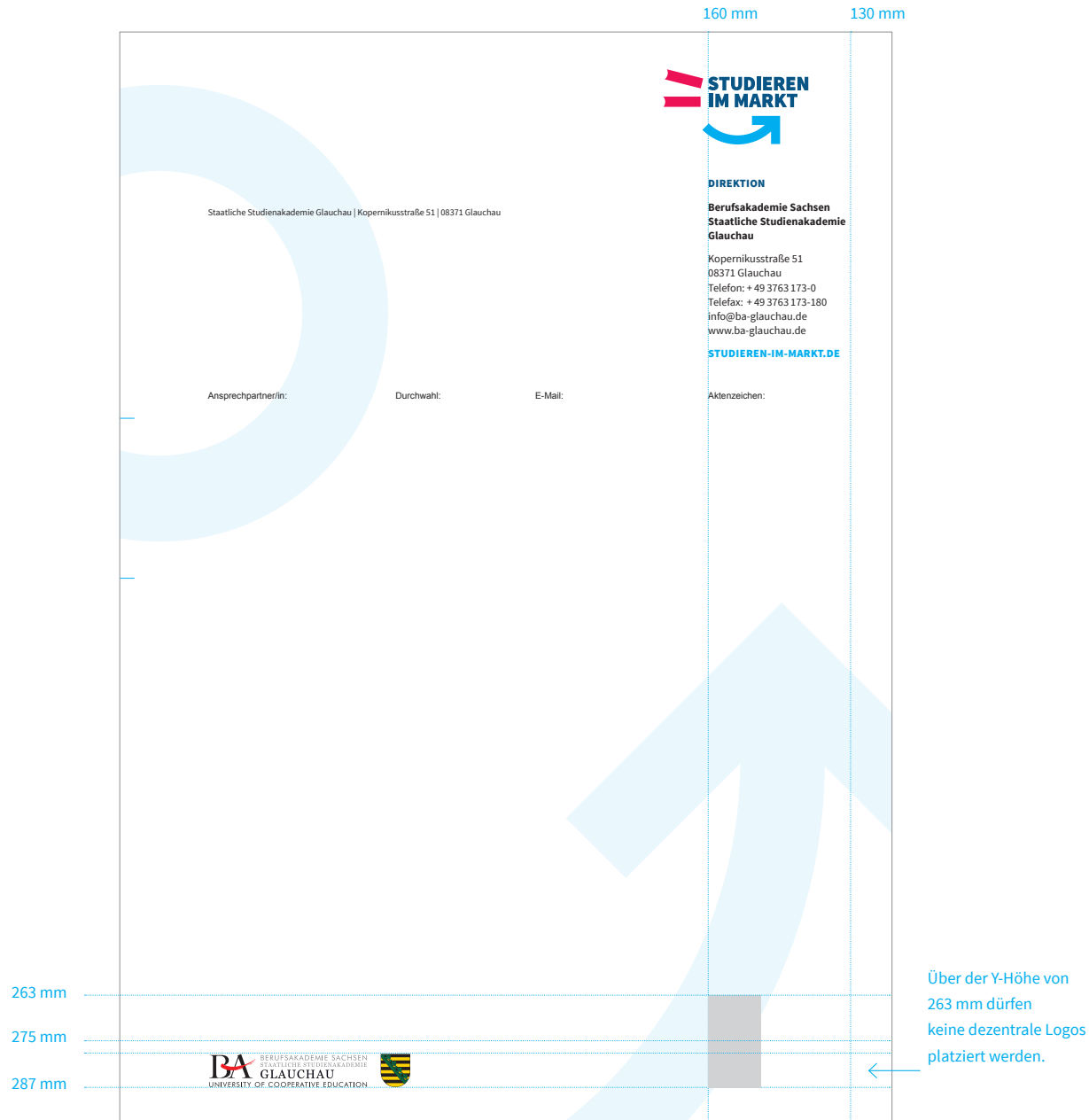
## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.4 Briefbogen und dezentrale Logos

Dezentrale Logos (Logos von anderen Einrichtungen, Qualitätssiegel...) können an vorgegebener Stelle auf den Briefbögen platziert werden.

Grundsätzlich sollten nur maximal 2 dezentrale Logos auf dem Briefbogen abgebildet werden.

**Beispiel: 3**  
 die Platzierung von 2 dezentralen Logos



## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

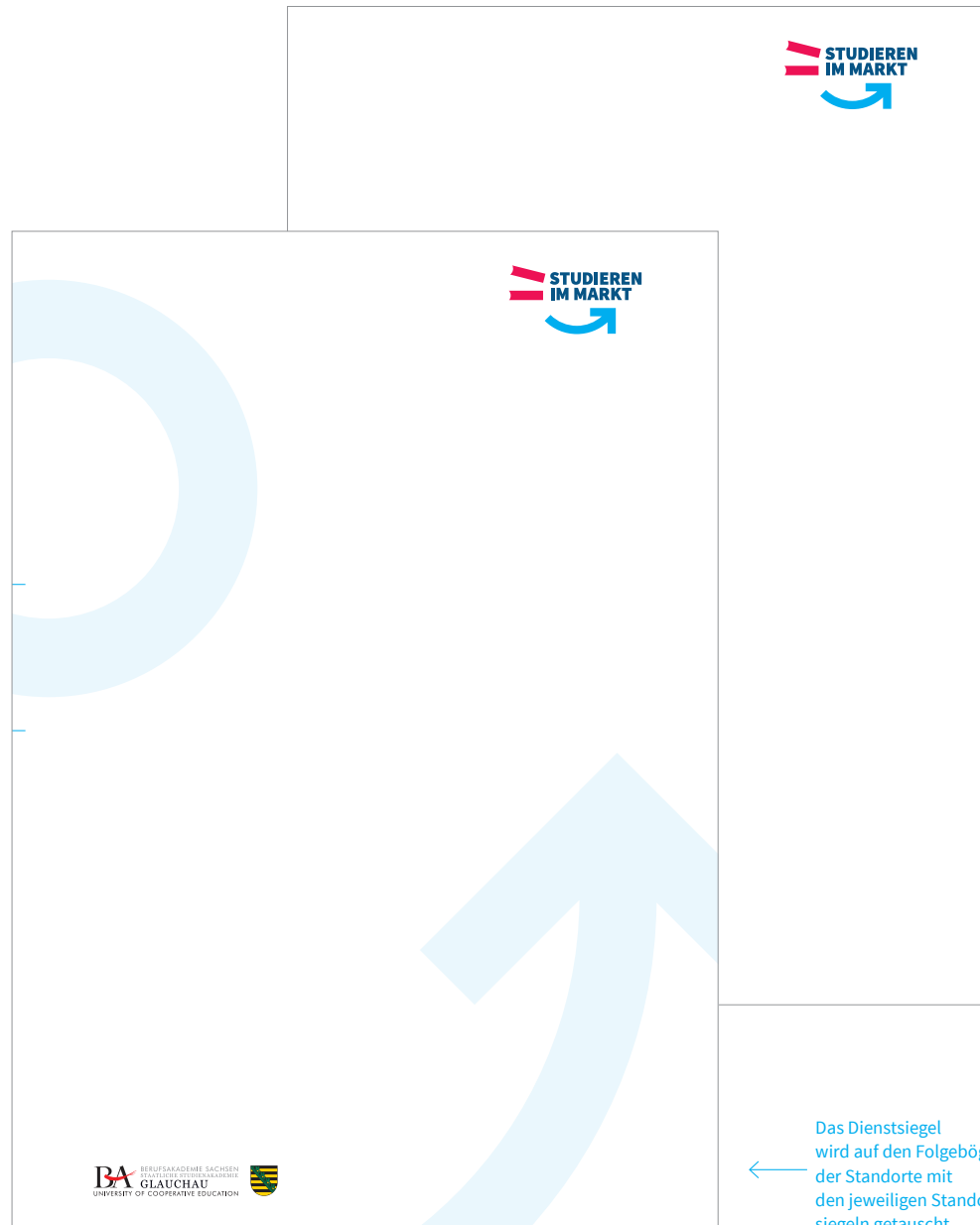
### 10.4 Briefbogen und dezentrale Logos

Dezentrale Logos (Logos von anderen Einrichtungen, Qualitätssiegel...) können an vorgegebener Stelle auf den Briefbögen platziert werden.

Grundsätzlich sollten nur maximal 2 dezentrale Logos auf dem Briefbogen abgebildet werden.

#### Beispiel: 4

ein dezentrales Logo im Hochformat



Das Dienstsiegel  
wird auf den Folgebögen  
der Standorte mit  
den jeweiligen Standort-  
siegeln getauscht

## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.5 Folgebogen

Die Folgeseiten des Briefbogens verzichten auf detaillierte Angaben zum Absender. Neben den Falzmarken werden nur Kampagnenlogo und Dienstsiegel bzw. Standortsiegel abgebildet.

Des Weiteren besteht die Möglichkeit, auf die Wasserzeichen im Hintergrund zu verzichten.



## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.6 Briefbogen Aufbau

Aufbau und Bemaßung aller festen, nicht variablen Elemente des Briefbogens.



## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.7 Briefbogen Formatierung

Aufbau und Bemaßung aller variablen Elemente, die vom Nutzer wie folgt formatiert werden können.

**1 Adresse:**

Schrift: Arial Regular 10 pt

**2 Absenderbereich:**

Schrift: Arial Regular 7 pt

**3 Betreff:**

Schrift: Arial Bold 10 pt (Schwarz)

**4 Schreiben**

Schrift: Arial Regular 10 pt (Schwarz)

Blocksatz

Breite des Textblocks: 173 mm



**FAXNACHRICHT:**

An: \_\_\_\_\_

Von: \_\_\_\_\_

Seiten: \_\_\_\_\_

Betreff: \_\_\_\_\_

**Berufsakademie Sachsen  
Staatliche Studienakade-  
mie Glauchau**

Kopernikusstraße 51  
08371 Glauchau  
Telefon: + 49 3763 173-0  
Telefax: + 49 3763 173-180  
info@ba-glauchau.de  
www.ba-glauchau.de

**STUDIERN-IM-MARKT.DE**

## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.8 Faxbogen

Der Faxbogen der Berufsakademie Sachsen enthält alle Gestaltungselemente der Briefbögen der Standorte und der Geschäftsstelle, sowie Eingabemöglichkeiten für den Absender. Alle Elemente werden mit 100 % Schwarz definiert.





## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.9 Visitenkarten

Die Visitenkarten der Berufsakademie Sachsen und die der Standorte sind beidseitig 4-farbig angelegt. Die Vorderseite der Visitenkarten ist in 2 Bereiche aufgeteilt. Die des direkten Absenders und des Standortes.

Version für viel Text



Version für wenig Text



## ANWENDUNG

# GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.10 Visitenkarten Aufbau: zentrale Geschäftsstelle

#### oberer Bereich:

akademischer Titel, akademischer Grad,  
Name, Funktion, Kontaktdaten

#### unterer Bereich:

Kontaktdaten der Einrichtung

#### Dienstsiegel bzw. Standortsiegel:

Hier ist darauf zu achten, dass der  
Schutzraum des Dienst- bzw. Standortsiegels  
eingehalten wird. Der Text darf nicht in  
diesen Bereich eintreten.

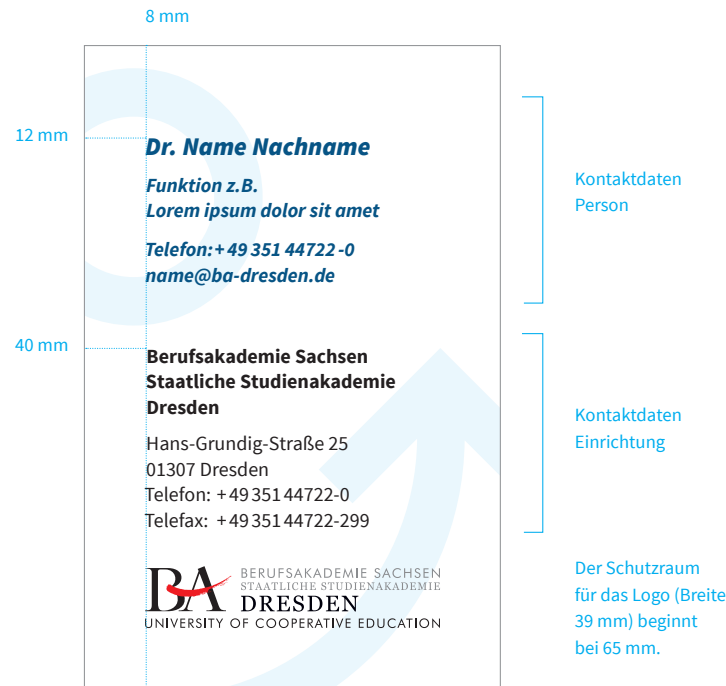
#### englische Version

Der Aufbau für englischsprachige  
Visitenkarten ist identisch.

Version für viel Text



Version für wenig Text



## ANWENDUNG

# GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.11 Visitenkarten Aufbau: Standorte

#### oberer Bereich:

akademischer Titel, akademischer Grad,  
Name, Funktion, Kontaktdaten

#### unterer Bereich:

Kontaktinformationen der Einrichtung

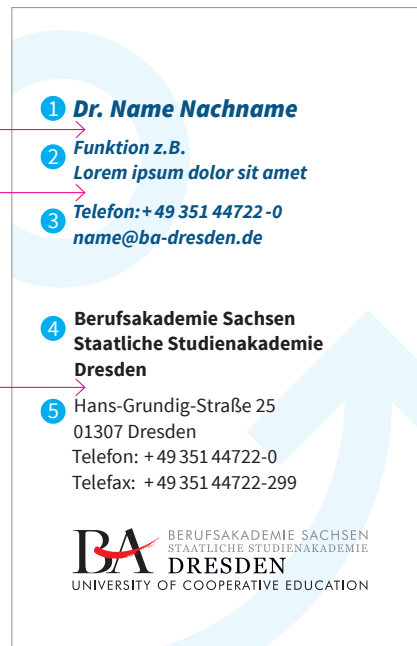
#### Dienstsiegel bzw. Standortsiegel:

Hier ist darauf zu achten, dass der  
Schutzraum des Dienst- bzw. Standortsiegels  
eingehalten wird. Der Text darf nicht in  
diesen Bereich eintreten.

#### englische Version

Der Aufbau für englischsprachige  
Visitenkarten ist identisch.

Zeilenabstand  
zwischen den Blöcken:  
Abstand danach 1,5 mm



## ANWENDUNG

### GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

#### 10.12 Visitenkarten Formatierung

1 akademischer Titel,  
akademischer Grad, Name

Schrift: Source Sans Pro Black Italic 9,5 pt

Zeilenabstand: 11,5 pt

Farbe: CMYK 100 | 75 | 30 | 0

2 3 Funktion und Kontaktdaten:

Schrift: Source Sans Pro Bold Italic 7,5 pt

Zeilenabstand: 9,5 pt

Farbe: CMYK 100 | 75 | 30 | 0

4 Einrichtung Name

Schrift: Source Sans Pro Bold 7,5 pt

Zeilenabstand: 9,5 pt

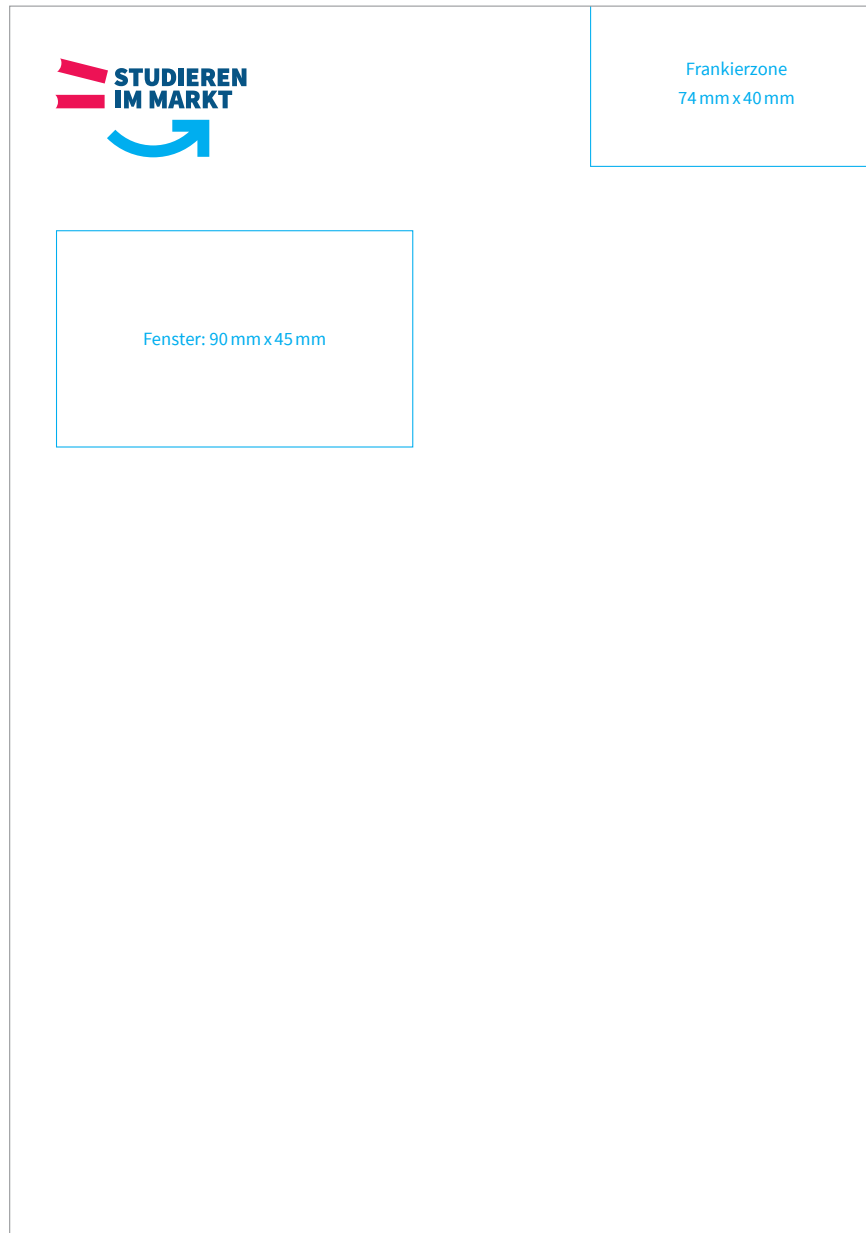
Farbe: Schwarz

5 Einrichtung Kontaktdaten

Schrift: Source Sans Pro Regular 7,5 pt

Zeilenabstand: 9,5 pt

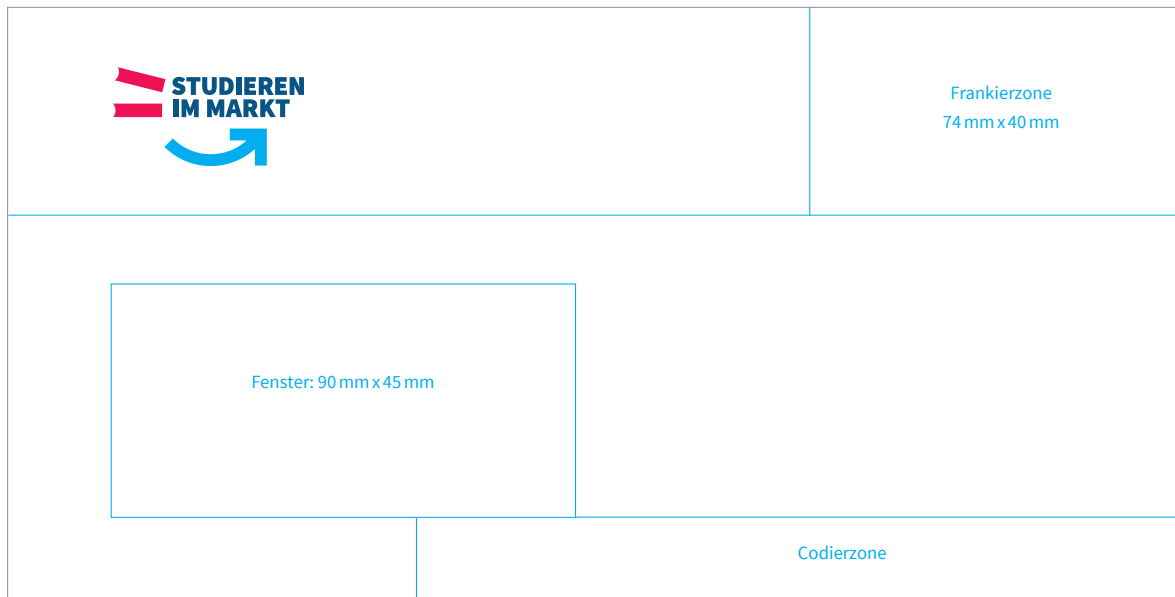
Farbe: Schwarz



## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.13 Kuvert DIN C4 mit Fenster

Die Positionierung des Kampagnenlogos befindet sich, wie bei allen Medien, im oberen Bereich. Die Frankierzone wird freigelassen.



## ANWENDUNG

### GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

#### 10.14 Kuvert DIN C6/5 mit Fenster

Die Positionierung des Kampagnenlogos befindet sich, wie bei allen Medien, im oberen Bereich. Die Frankierzone wird freigelassen.



## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.15 Imagemappe

Beispiel für die Image- und Pressemappe  
der Berufsakademie Sachsen

- 1 Prof. Dr. Name Nachname
- 2 Funktion z.B. Studiengangsleiter



- 4 Zentrale Geschäftsstelle Berufsakademie Sachsen  
University of Cooperative Education  
Kopernikusstraße 51  
08371 Glauchau  
Telefon: + 49 3763 173-182  
Telefax: + 49 3763 173-181  
Mobil: + 49 173 3777055  
name.nachname@ba-sachsen.de  
studieren-im-markt.de

Folgen Sie uns auf Facebook:  
[www.facebook.com/BerufsakademieSachsen](http://www.facebook.com/BerufsakademieSachsen)

- 5 **Wichtiger Hinweis:** Diese E-Mail und etwaige Anlagen können Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse, dem Anwaltsgeheimnis unterliegende oder sonstige vertrauliche Informationen enthalten. Sollten Sie diese E-Mail irrtümlich erhalten haben, ist Ihnen der Status dieser E-Mails bekannt. Bitte benachrichtigen Sie uns in diesem Fall sofort durch Antwort-Mail und löschen Sie diese E-Mail nebst etwaigen Anlagen von Ihrem System. Ebenso dürfen Sie diese E-Mail oder seine Anlagen nicht kopieren oder an Dritte weitergeben. Vielen Dank.  
Important Note: This e-mail and any attachment are confidential and may contain trade secrets and may well also be legally privileged or otherwise protected from disclosure. If you have received it in error, you are on notice of its status. Please notify us immediately by reply e-mail and then delete this e-mail and any attachment from your system. If you are not the intended recipient please understand that you must not copy this e-mail or any attachment or disclose the contents to any other person. Thank you for your cooperation.



## ANWENDUNG GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

### 10.16 E-Mail Signatur

- 1 **akademischer Titel, akademischer Grad, Name**  
Schrift: Arial Bold 10 pt | Farbe: 100 % Schwarz
- 2 **Position/Funktion**  
Schrift: Arial Regular 10 pt | Farbe: 100 % Schwarz
- 3 **Kampagnenlogo**  
Größe: 200 x 115 Pixel | 72 dpi Auflösung
- 4 **Kontaktdaten | Website | Social Media**  
Schrift: Arial Regular 10 pt | Farbe: 100 % Schwarz
- 5 **rechtliche Hinweise**  
Schrift: Arial Regular 6 pt | Farbe: 70 % Schwarz
- 6 **Dienstsiegel | Standortsiegel**  
Größe: 300 x 85 Pixel | 72 dpi Auflösung
- 7 **Veranstaltungshinweise | Banner**  
Die Größe eines temporären Banners sollte in einem angemessenen Größenverhältnis zu den Absenderlogos der Berufsakademie Sachsen stehen, diese also nicht überschreiten.



## **BERUFSAKADEMIE SACHSEN**

### **Staatliche Studienakademie Breitenbrunn**

Schachtstraße 128 · 08359 Breitenbrunn  
Telefon: +49 37756 70-0  
info@ba-breitenbrunn.de  
**studieren-im-markt.de**

## **BERUFSAKADEMIE SACHSEN**

### **Zentrale Geschäftsstelle**

Kopernikusstraße 51  
08371 Glauchau  
Telefon: +49 3763 173-182  
info@ba-sachsen.de  
**studieren-im-markt.de**

## **ANWENDUNG**

### **GESCHÄFTSAUSSTATTUNG**

#### **10.17 Stempel**

Beispiel für die Umsetzung eines Stempels der Berufsakademie Sachsen, bei dem die wichtigsten Absenderangaben enthalten sind.

Für nicht erforderliche Angaben (wie E-Mail oder Webadresse...) kann das vorliegende Template angepasst werden.

# 11

## PRAXISPARTNER

11.1	Urkunden.....	123
11.2	Mappe.....	124



## ANERKANNTER PRAXISPARTNER

der Berufsakademie Sachsen

---

### STUDIENGANG

Die Anerkennung bezieht sich auf die Feststellung der Eignung gemäß §2 des Gesetzes über die Berufsakademie im Freistaat Sachsen zur Vermittlung der vorgeschriebenen Inhalte der praktischen Studienabschnitte im genannten Studiengang.

---

Vorsitzender der Koordinierungskommission  
der Staatlichen Studienakademie Prof. Dr. Name Nachname

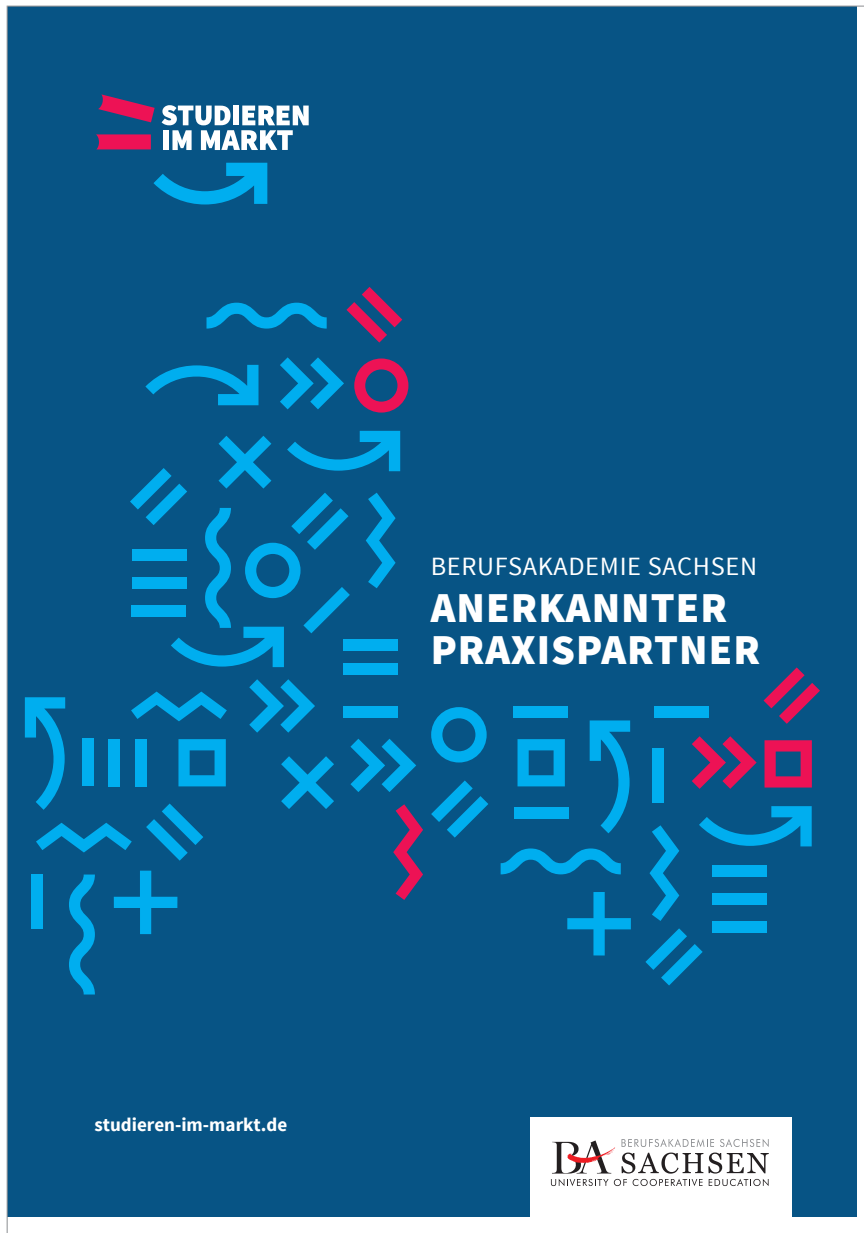
Ort, den 00.00.2016

## ANWENDUNG PRAXISPARTNER

### 11.1 Urkunde

Beispiel für die Urkunde  
„Anerkannter Praxispartner“

In dem vorliegenden Template können  
Angaben geändert werden.



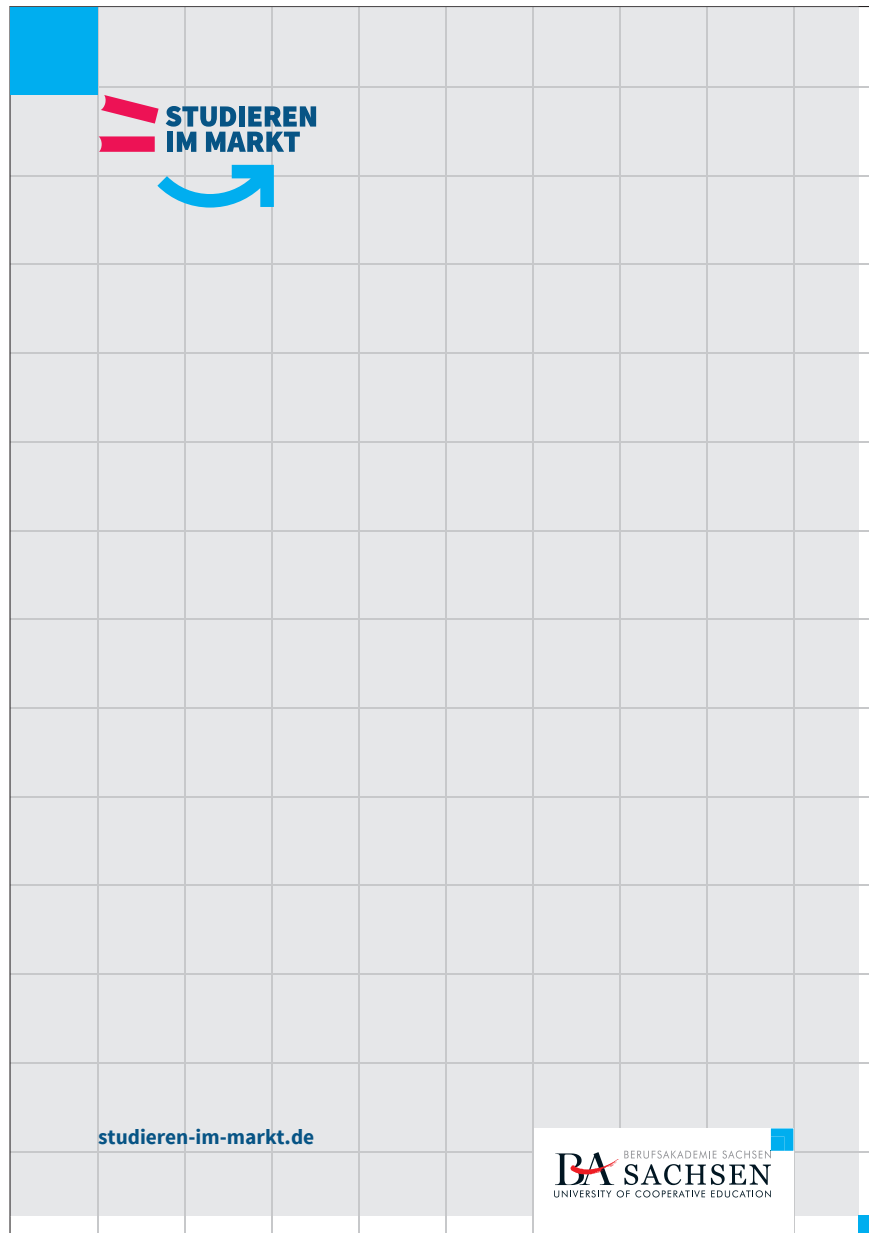
## ANWENDUNG PRAXISPARTNER

### 11.2 Mappe

Beispiel für die Mappengestaltung  
der Praxispartner.

# PRINTMEDIEN

12.1 Plakate: Aufbau .....	126
12.2 Plakate: Beispiele .....	127
12.3 Plakate: Beispiel Großplakat (18/1) .....	130
12.4 Broschüre: Aufbau am Beispiel A4 .....	131
12.5 Broschüre: Aufbau am Beispiel A4 Satzspiegel .....	132
12.6 Broschüre: Gestaltungsbeispiel Titel .....	134
12.7 Broschüre: Gestaltungsbeispiel Innenseiten .....	135
12.8 Flyer: Aufbau .....	138
12.9 Flyer: Beispiel .....	139
12.10 Flyer: Aufbau Innenseiten DIN-lang-Flyer .....	140
12.11 Flyer: Beispiel Innenseiten .....	141
12.12 Anzeigen: Beispiele Image .....	143
12.13 Anzeigen: Beispiele Produkt .....	145
12.14 Roll-Up: Aufbau .....	147
12.15 Roll-Up: Beispiel Image .....	148
12.16 Roll-Up: Beispiel Produkt .....	149



## PRINTMEDIEN PLAKATE

### 12.1 Aufbau

Das Grundlinienraster für alle Printmedien der Berufsakademie Sachsen wird wie folgt berechnet:

- 1.) Die Berechnung beginnt im Nullpunkt, dem Koordinatenursprung.
- 2.) Die jeweils kürzere Seite des Formates wird in 10 Segmente geteilt.
- 3.) 1 Segment = 1 Quadrat

Dementsprechend werden die quadratischen Segmente fortlaufend nach oben dupliziert. Das letzte Segment muss in der Höhe nicht vollständig sein.

#### Am Beispiel DIN A4

Rand: 5,25 mm ( $\frac{1}{4}$  Segment)

1 Segment: 21 mm

**STUDIERN  
IM MARKT**



## Girls Day am 18.12.2016 in Bautzen

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur scig  
elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt  
ut labore et dolore magna aliquyam erem vlu.  
ptua. At vero eos et accusam et justo duo does.  
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur scig

[studieren-im-markt.de](http://studieren-im-markt.de)

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STAATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**BAUTZEN**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## PRINTMEDIEN PLAKATE

### 12.2 Beispiele

Ankündigungsplakat für den  
„Girls Day“ am Standort Bautzen

**STUDIERN  
IM MARKT**



## Beratungs- gespräche für Studien- interessierte

Am 1. und 3. Freitag im Monat  
von 14 - 17 Uhr im Raum 1.234  
nächste Termine:  
01. Juli 2016 und 15. Juli 2016

[studieren-im-markt.de](http://studieren-im-markt.de)

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
STÄATLICHE STUDIENAKADEMIE  
**LEIPZIG**  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## PRINTMEDIEN PLAKATE

### 12.2 Beispiele

Veranstaltungsplakat „Studien-  
interessierte“ am Standort Leipzig





## PRINTMEDIEN PLAKATE

### 12.2 Beispiele

Beispiel Kursplakat  
„Powerkurse“ am Standort Dresden

## PRINTMEDIEN

### PLAKATE

#### 12.3 Beispiel Großplakat (18/1)

Großplakat-Beispiel Imagekampagne

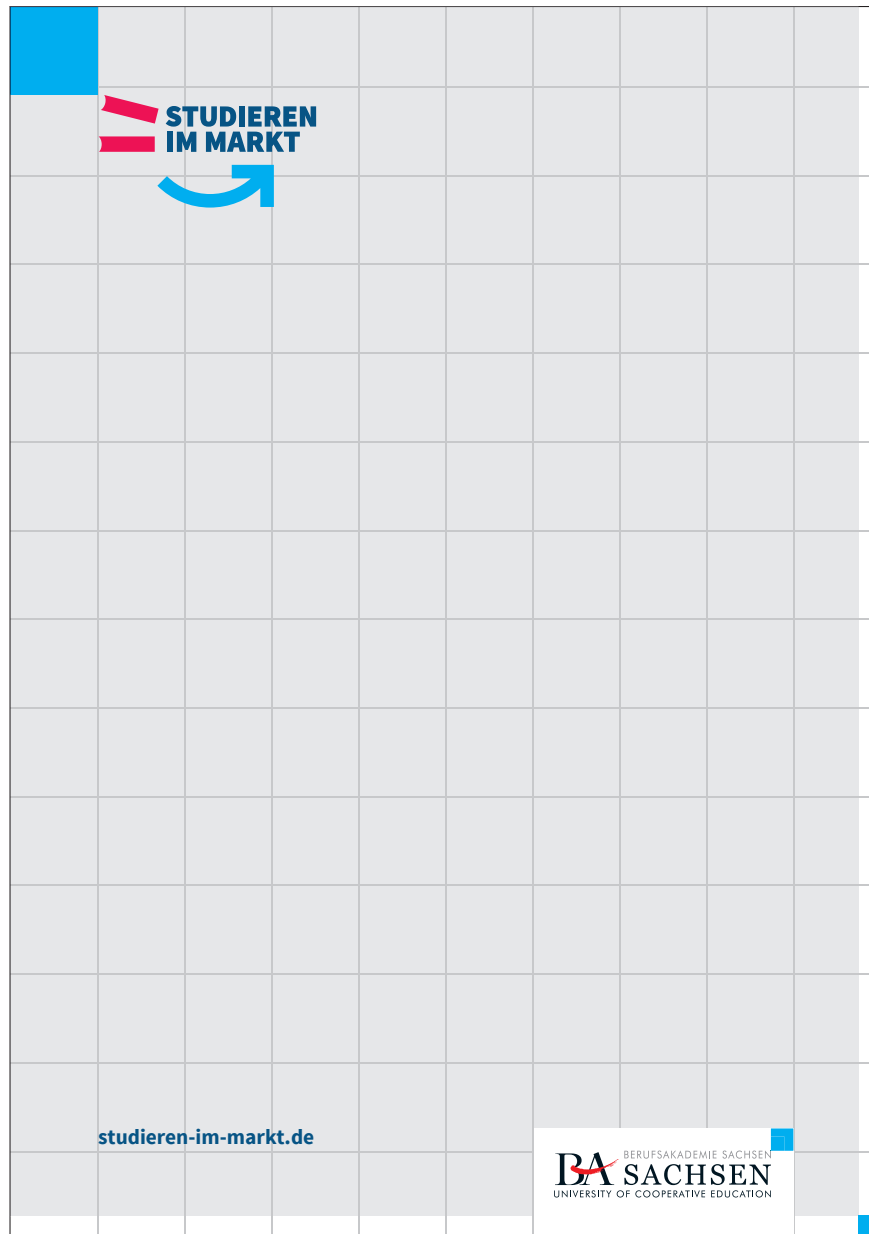
**STUDIERN  
IM MARKT**

**Wenn andere noch in  
die Ferne schweifen,  
findest du dein Ziel  
zum Greifen nah.**

   *Graduiert mit Einkommen und  
besten Berufsaussicht.*

[studieren-im-markt.de](http://studieren-im-markt.de)

**BA SACHSEN**  
BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION



## PRINTMEDIEN BROSCHÜRE

### 12.4 Aufbau am Beispiel A4

#### Kampagnenlogo Größe:

Das Kampagnenlogo ist 2,5 Segmente breit.  
Breite = 52,5 mm

#### Kampagnenlogo Positionierung:

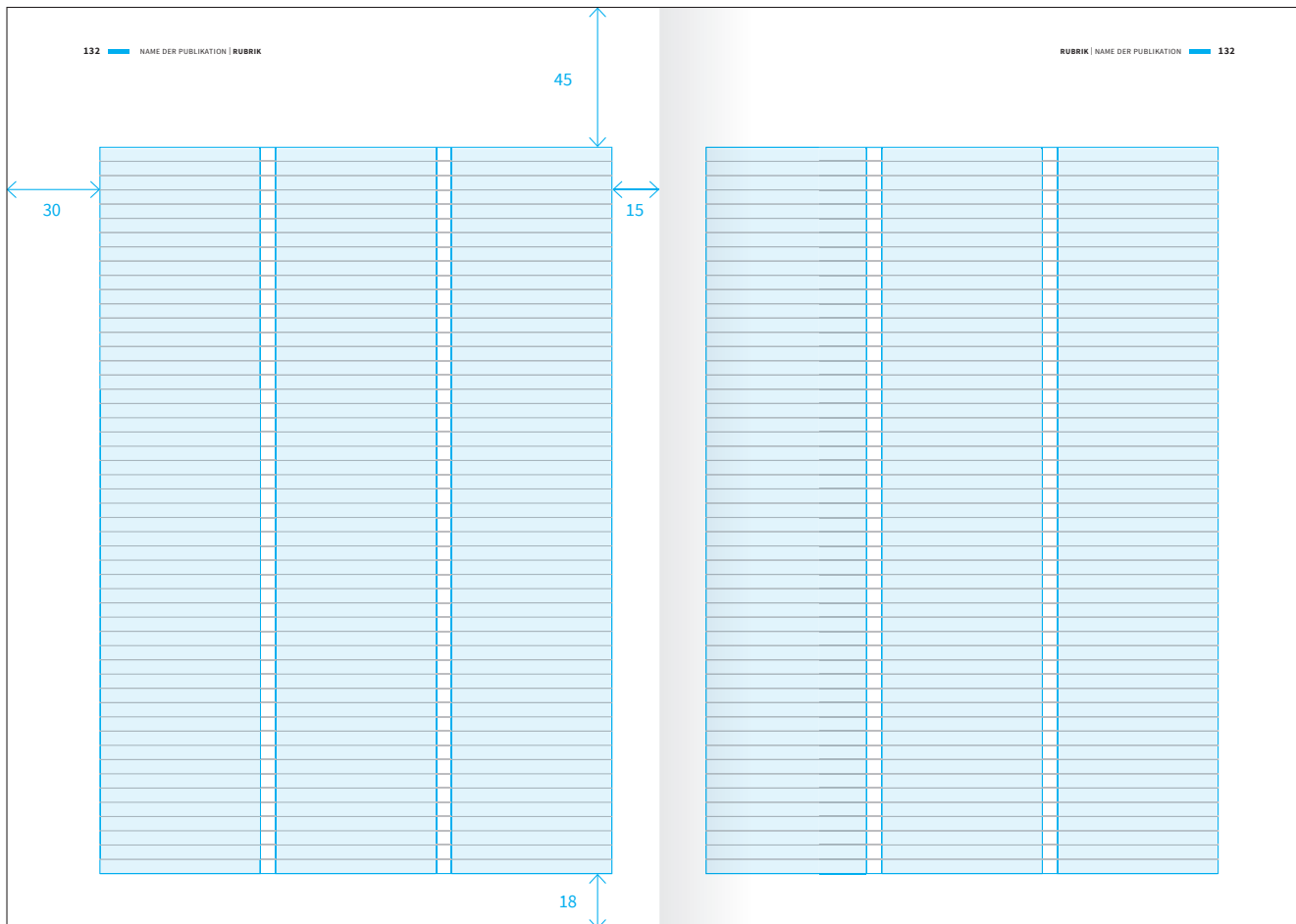
Ursprung ist in x- und y-Achse nach einem  
Segment. X und Y = 21 mm

#### Dienstsiegel Größe:

Das Dienstsiegel ist 3 Segmente breit.  
Breite = 63 mm  
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von  
 $\frac{1}{4}$  Segment.

#### Dienstsiegel Positionierung:

X = 126 mm  
Y = 267,75 mm

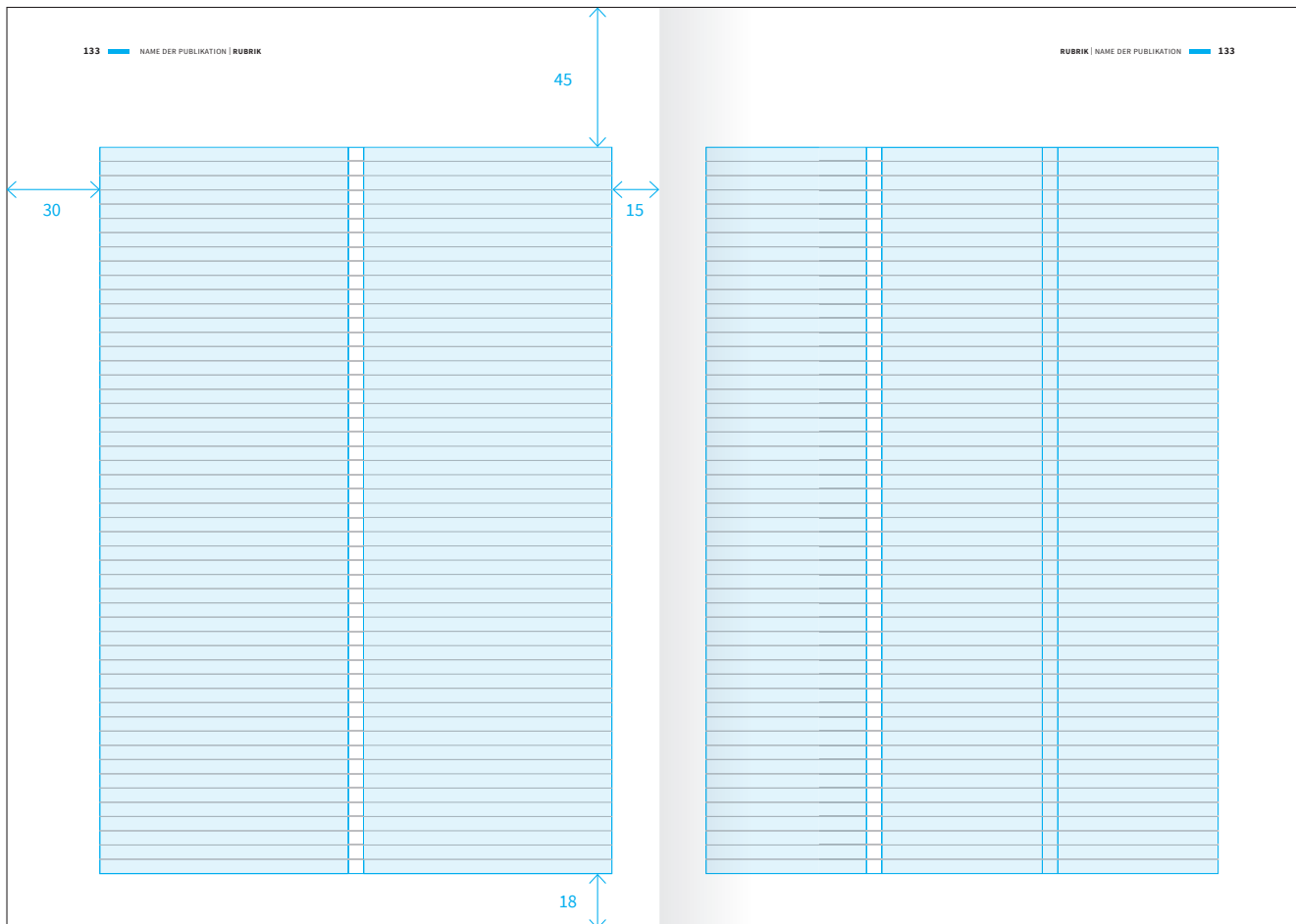


## PRINTMEDIEN BROSCHÜRE

### 12.5 Aufbau am Beispiel A4 Satzspiegel (3-spaltig)

Grundlinienraster: 13 Punkt

Satzspiegel:  
über 3-Spalten  
Spaltenabstand: 5 mm



## PRINTMEDIEN BROSCHÜRE

### 12.5 Aufbau am Beispiel A4 Satzspiegel (2-spaltig)

Grundlinienraster:  
13 Punkt

Satzspiegel:  
2- und 3-Spalten möglich  
Spaltenabstand: 5 mm



## PRINTMEDIEN BROSCHÜRE

### 12.6 Gestaltungsbeispiel Titel

Beispiel für die Titelgestaltung einer Broschüre und mögliche Gestaltungsvarianten der Grafikelemente.

# LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIP ISCINGLI AENEAN ESLAS.

Die Staatliche Studienakademie Dresden... Subheadline: Source Sans Pro Italic 12 Punkt mit einem Zeilenabstand von 16 Punkt. Lorem ipsum dolor sit amet consetetur sadipscid elitr sed diam nonumy eirmod tempor invidunt utes labore et dolore magna aliquam eratsetde diam voluptua. At vero eos et usm. et justo Lore.

## Studiengänge Wirtschaft

- » Agrarmanagement
- » Finanzwirtschaft - Bank
- » Finanzwirtschaft - Versicherung
- » Betriebswirtschaft - Handel
- » Betriebswirtschaft - Industrie
- » Steuern, Prüfungswesen, Consulting
- » Wirtschaftsinformatik

## Studiengänge Technik

- » Holz- und Holzwerkstofftechnik
- » Informationstechnik
- » Medieninformatik

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringi Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Ila vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque pena



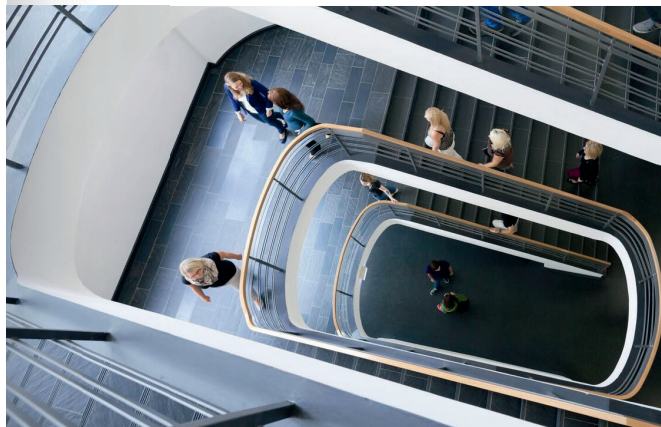
Bildunterschrift: Source Sans Pro Semibold Italic 8 Punkt, Zeilenabstand von 12 Punkt, consetetur adipiscing elit. Aenean com-

Zwischenheadline: Source Sans Pro Bold 9 Punkt Zeilenabstand 13 Punkt.

nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas. Pundandescia veles eatquo ipit eat parent et excersp eliquis aut quam dit libus erero eum vere dolupienimus sequuntibus eos lum fugiatent officis erumquo ditatiunt faccae. Ut rehentto tassusam, omnim qui num illibsdas nus, aliquam volectisici a voluptatem renimet re, nossiti sintios ario que dus corectur molendi pitasseque pra nis corepro et et volum esti dellupta qui sitium aut arcideli esserem et evelique dolupta



Bildunterschrift: Source Sans Pro Semibold Italic 8 Punkt, Zeilenabstand von 12 Punkt, consetetur adipiscing elit. Aenean com-



Zwischenheadline: Source Sans Pro Bold 9 Punkt Zeilenabstand 13 Punkt.

nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas. Pundandescia veles eatquo ipit eat parent et excersp eliquis aut quam dit libus erero eum vere dolupienimus sequuntibus eos lum fugiatent officis erumquo ditatiunt faccae. Ut rehentto tassusam, omnim qui num illibsdas nus, aliquam volectisici a voluptatem renimet re, nossiti sintios ario que dus corectur molendi pitasseque pra nis corepro et et volum esti dellupta qui sitium aut arcideli esserem et evelique dolupta laboria conestinus ut audaeptram cus-

508

↑ Studenten

LOREM IPSUM Gend ae lande volupto eossita ecatus eturitatestio quiae pro omnisit que volerep eratisa volerenti, optat. Igentor aut que volorem et ut quis volorio itatati que rescipsunt Lorem ips

LOREM IPSUM Gend ae lande volupto eossita ecatus eturitatestio quiae pro omnisit que volerep eratisa volerenti, optat. Igentor aut que volorem et ut quis volorio itatati que rescipsunt Lorem ips

42 Praxispartner

10 x Studiengänge

LOREM IPSUM Gendae lande volupto eossita ecatus eturitatestio quiae pro omnisit que volerep eratisa volerenti, optat. Igentor aut que volorem et ut quis volorio itatati que rescipsunt Lorem ipsum dolor sitamet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula

## PRINTMEDIEN BROSCHÜRE

### 12.7 Gestaltungsbeispiel Innenseiten

Beispiel für die Innenseitengestaltung einer Broschüre und mögliche Gestaltungsvarianten der Grafikelemente.

# LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIP ISCINGLI AENEAN ESLAS.

Subheadline: Source Sans Pro Italic 12 Punkt mit einem Zeilenabstand von 16 Punkt. Lorem ipsum dolor sit amet consetetr sadisc ngelitr sed dias nonumy eirmod temp invdunt utes labore et dolore magna aliquam eratseide diam voluptua. At vero eos et usm.et justo Lore.

**508**

Fact in Zahlen zum Standort Leipzig Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sma aliquyam

**STANDORT: LEIPZIG**  
 Schönewasser Straße 113a  
 04207 Leipzig  
 Telefon: +49 341 427 43-330  
 info@ba-leipzig.de  
 Direktorin: Frau Prof. Dr. habil. Herry-U. Brauer

**STANDORT: GLAUCHAU**  
 Köpferkuhstraße 51  
 0-08271 Glauchau  
 Telefon: +49 376 31 73-0  
 info@ba-glauchau.de  
 Direktor: Prof. Dr. Konrad Rafald

**89%**

Fact in Zahlen zum Standort glauchau Lorem ipsum dolosita met, consetetur sma aliquyam

**65**

1 von 2 Facts in Zahlen zum Standort Plauen Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sad.

**STANDORT: PLAUEN**  
 Melanchthonstr. 1/3  
 08539 Plauen  
 Telefon: +49 37 41 57 09-110  
 info@ba-plauen.de  
 Direktor: Herrn Prof. Dr. Neumann

**12.875**

1 von 2 Facts in Zahlen zum Breitenbrunn Lorem ipsum dolor sit amet consetetur sad.



**STANDORT: RIESA**  
 Am Kutschstein 6  
 01591 Riesa  
 Telefon: +49 3525 707-511  
 info@ba-riese.de  
 Direktorin: Prof. Dr. Ute Schröter-Bobsin

**18.175**

Fact in Zahlen zum Standort Leipzig Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sma aliquyam

**STANDORT: BAUTZEN**  
 Löbauer Straße 1  
 02625 Bautzen  
 Telefon: +49 35 91 35-300  
 info@ba-bautzen.de  
 Direktorin: Prof. Dr. Barbara Wuttke

**13**

1 von 2 Facts in Zahlen zum Breitenbrunn Lorem ipsum dolor sit amet consetetur sad.

**STANDORT: DRESDEN**  
 Hans-Grundig-Straße 25  
 01307 Dresden  
 Telefon: +49 447 22-0  
 info@ba-dresden.de  
 Direktor: Herr Prof. Dr.-Ing. habil. Andreas Hünzel

**89%**

2 von 2 Facts in Zahlen zum Breitenbrunn Lorem ipsum dolor sit amet consetetur sad.

**STANDORT: BREITENBRUNN**  
 Schachtstraße 128  
 08359 Breitenbrunn  
 Telefon: +49 037 16 70-110  
 info@ba-breitenbrunn.de  
 Direktor: Herrn Prof. Dr. Schlittmeier

**1.987**

2 von 2 Facts in Zahlen zum Breitenbrunn Lorem ipsum dolor sit amet consetetur sad.

**108**

Facts in Zahlen zum Standort Dresden Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sad.

Subheadline: Source Sans Pro Italic 12 Punkt mit einem Zeilenabstand von 16 Punkt. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetr sadisc ngelitr sed dias nonumy eirmod tempori invdunt utes labore et dolore magna aliquam eratseide diam voluptua. At vero eos et usm.et justo Lorem ipsum dolor sit ametconsetetr. Agnatene maquodit nis udaniasin poribus sincimus re sinveni stiant prerum faciet fuga. Et vel molutae odis aresetetr sa

## PRINTMEDIEN BROSCHÜRE

### 12.7 Gestaltungsbeispiel Innenseiten

Beispiel für die Innenseitengestaltung einer Broschüre und mögliche Gestaltungsvarianten der Grafikelemente.



Herr Max Mustermann

Absolvent des Studiengangs Betriebswirtschaft

Handel

„Lorem ipsum dolor sit amet consectetur elessadip scing enitec Lorm.“



## LOREM IPSUM DO LOR SIT AMETCONSE CTETUER ADIP ISC INGLI AENEAN SLAS.

Subheadline: Source Sans Pro Italic 12 Punkt mit einem Zeilenabstand von 16 Punkt. Lorem ipsum dolor sit amet con setetr sadisc ngelitr sed dias nonumy eirmod tempor inv dunt utes labore et dolore magna aliquam eratse de diam

Sequis exere nonemposae consequis ullateceriam?

MAX: Cae min nes ullate ceriam dolis iaudaeturis volut omnihillest, acullecte mpe lenitec inseece rferara nonsent ma ped milicto reperup tatquam simaxim aximincium disnullore moluptur?

Et inveli qui re cum acius volo inci dit, te as ut estes et etur, quae omnimussa ea cupit re volupta tibusdae. Sectus int optatus mos mi?

MAX: Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolares et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magalliquyam erat, sed diam voluptua.

Et inveli qui re cum acius volo inci dit, te as ut estes et etur, quae omnimussa ea cupit re volupta tibusdae. Sectus int optatus mos mi?

MAX: Et inveli qui re cum acius volo inci dit, te as ut estes et etur, quae omnimussa ea cupit re volupta tibusdae. Sectus int optatus mos mi, undant mo-

lestata sit pro quam quos aped quispe ribusci atesendunt veni tem quatem apienta occum latenis incipsunt dusda vera conet verum et dolupta tempero temporant, sim es di venihil lestisit alist, sam aut molessimus doluptatur molupta ssusdam reium ut que volor aut peruptionsim et, tenis et estiumqui as mint eaquass itaspicatem haria si des estium, aut lam aditat quate aut litore verferiones estem soloriatem et estio molor aspele

Sequis exere nonemposae consequis ullateceriam?

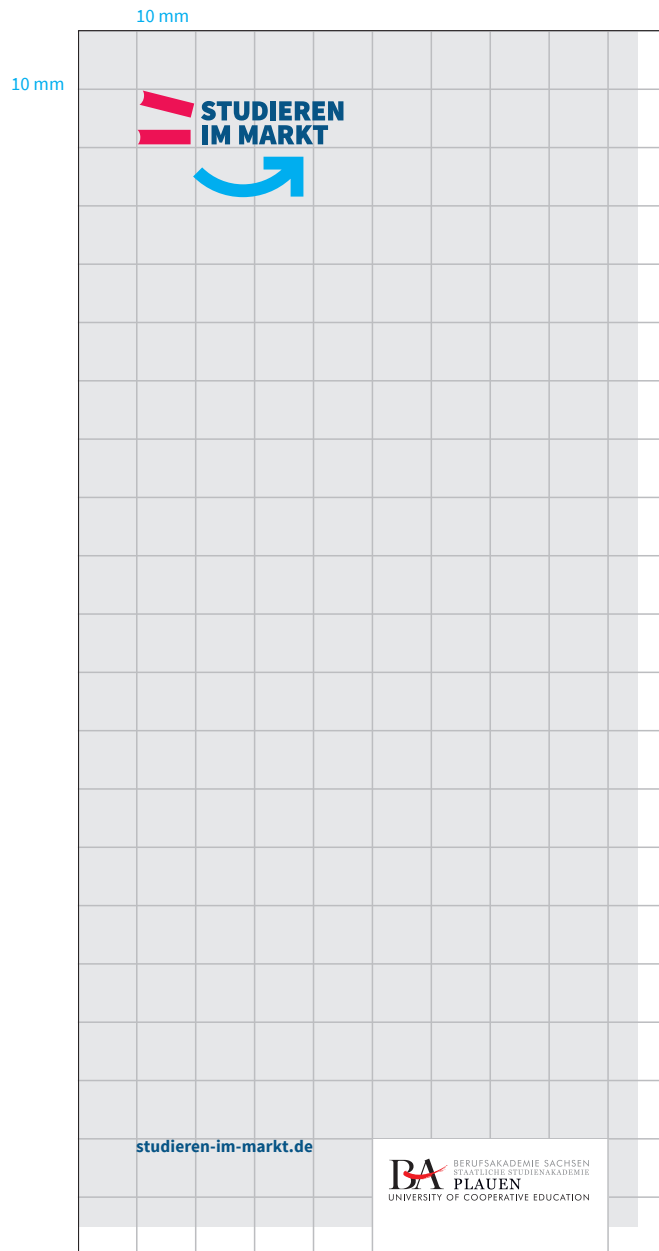
MAX: Cae min nes ullate ceriam dolis iaudaeturis volut omnihillest, acullecte mpe lenitec inseece rferara nonsent ma ped milicto reperup tatquam simaxim aximincium disnullore moluptur

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolares et ea rebum. Stet citta kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sa-

## PRINTMEDIEN BROSCHÜRE

### 12.7 Gestaltungsbeispiel Innenseiten

Beispiel für die Innenseitengestaltung einer Broschüre und mögliche Gestaltungsvarianten der Grafikelemente.



Die Dienstsiegel-Breite beträgt 4 Segmente.  
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von ¼ Segment

## PRINTMEDIEN FLYER

### 12.8 Aufbau am Beispiel eines DIN-lang-Flyers

Rand: 5 mm (halbes Segment)  
1 Segment: 10 mm

#### Kampagnenlogo Größe:

Das Kampagnenlogo ist 3,5 Segmente breit.  
Breite = 35 mm

#### Kampagnenlogo Positionierung:

X und Y = 10 mm

#### Dienstsiegel Größe:

Die Dienstsiegel-Breite beträgt 4 Segmente.  
Breite = 40 mm Breite.  
Der Schriftzug hat eine Schutzzone von ¼ Segment.

#### Dienstsiegel Positionierung:

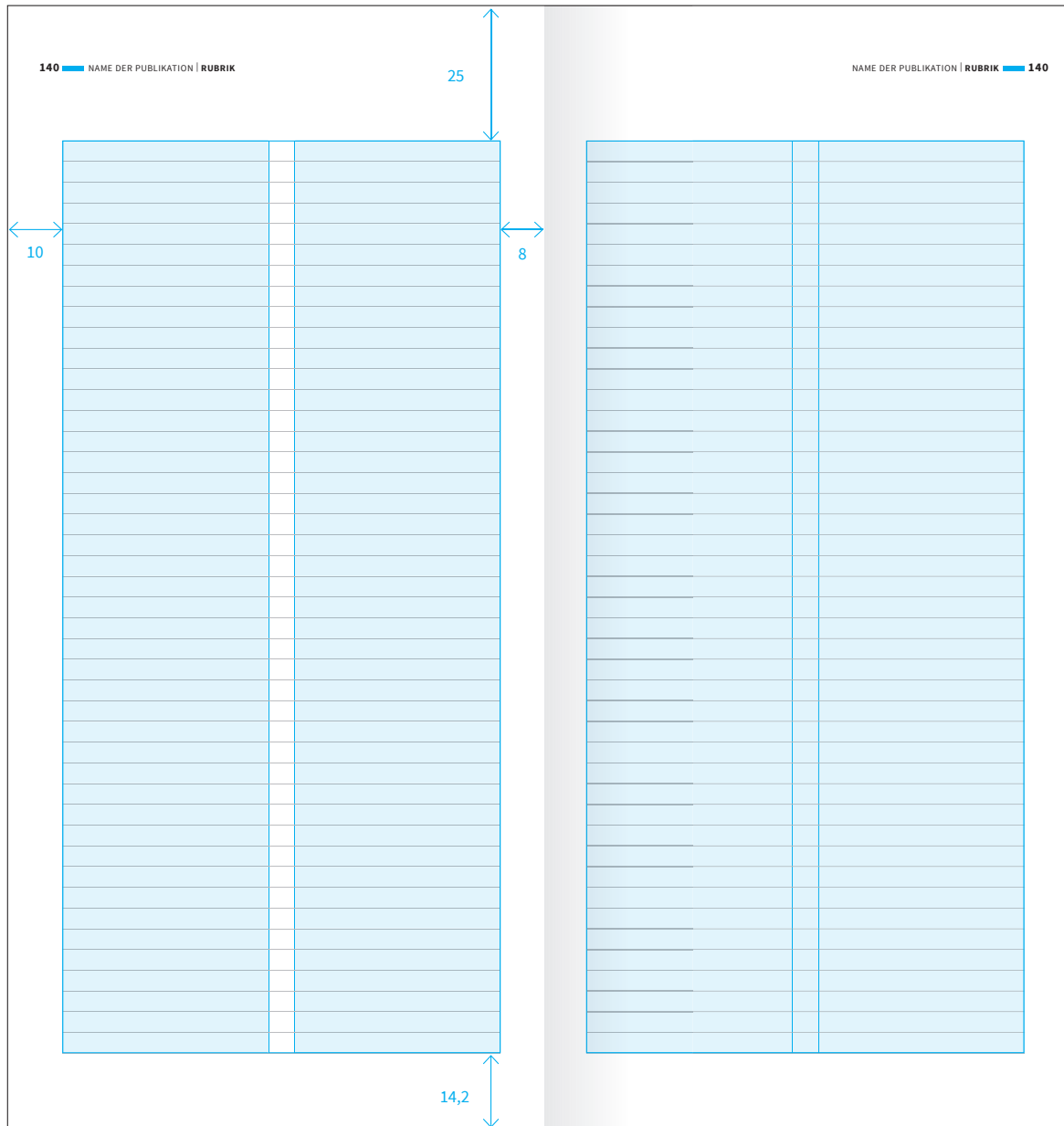
X = 50 mm  
Y = 190 mm



## PRINTMEDIEN FLYER

### 12.9 Beispiel

Beispiel für die Titelgestaltung eines DIN-lang-Flyers für den Studienbereich „Wirtschaft“.



## PRINTMEDIEN FLYER

### 12.10 Aufbau Innenseiten DIN-lang-Flyer

Grundlinienraster:  
11 Punkt

Satzspiegel:  
2- und 3-Spalten möglich  
Spaltenabstand: 5 mm

## LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT AENEAN

*Subheadline: Source Sans Pro Italic 12 Punkt mit einem Zeilenabstand von 16 Punkt. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr sed diam es nonumy eirmod tempor invidunt utes labore et dolore magna aliquam eratseide diam voluptua. At vero eos et usm.et justo Lorem ipsum dolor sit ametconsetets.Agnatene maquodit, nis audaniasin poribus sincimus re sinveni stiant prerum faciet fuga. Et vel moluptae odis aut as*



**Zwischenheadline: Source Sans Pro Bold 8 Punkt Zeilenabstand 11 Punkt.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Aenean

vulputate eleifend telluAenean leo ligula, porttitor euonsequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet.

**Zwischenheadline: Source Sans Pro Bold 8 Punkt Zeilenabstand 11 Punkt.**

Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas.



LOREM IPSUM DOS LOR SITE

## LOREM IPSUM DOS LOR SITE CONSETUR

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in,

*Prof. Dr. Name Nachname*  
Prof. Dr. Name Nachname

## PRINTMEDIEN FLYER

### 12.11 Beispiel Innenseiten

Beispiel für die Innenseitengestaltung eines DIN-lang-Flyers für den Studienbereich „Wirtschaft“.

## BETRIEBSWIRTSCHAFT INDUSTRIE

### ÜBER DEN STUDIENGANG

Copy: Source Sans Pro Regular 8 Punkt mit einem Zeilenabstand von 11 Punkt. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

### STUDIENINHALTE

Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae eleifend acenim.

### BERUFSCHANCEN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat mas-

sa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi.

### PRAXISPARTNER

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

### ABSCHLUSS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor.

### STANDORT

*Staatliche Studienakademie  
Dresden  
Hans-Grundig-Straße 25  
01307 Dresden  
Telefon: +49 351 44722-0  
info@ba-dresden.de*

### ANSPRECHPARTNER

*Prof. Dr. Name Nachname  
Telefon: +49 351 44722-0  
nachname@ba-dresden.de*

## VERSICHERUNGS- MANAGEMENT

### ÜBER DEN STUDIENGANG

Copy: Source Sans Pro Regular 8 Punkt mit einem Zeilenabstand von 11 Punkt. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

### STUDIENINHALTE

Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae eleifend acenim.

### BERUFSCHANCEN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat mas-

sa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi.

### PRAXISPARTNER

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

### ABSCHLUSS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor.

### STANDORT

*Staatliche Studienakademie  
Dresden  
Hans-Grundig-Straße 25  
01307 Dresden  
Telefon: +49 351 44722-0  
info@ba-dresden.de*

### ANSPRECHPARTNER

*Prof. Dr. Name Nachname  
Telefon: +49 351 44722-0  
nachname@ba-dresden.de*

## PRINTMEDIEN FLYER

### 12.11 Beispiel Innenseiten

Beispiel für die Innenseitengestaltung eines DIN-lang-Flyers für den Studienbereich „Wirtschaft“.

**STUDIERN  
IM MARKT**



Noch freie  
Studienplätze  
in „Standort“

## Wenn andere noch Lorem ipsum, dann Lorem ipsum consectetur.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis. Nullam consequat massa quis enim. Donec pede justo fringilla vel.



Graduiert mit Einkommen und  
bester Berufsaussicht.

[studieren-im-markt.de](http://studieren-im-markt.de)

**BA SACHSEN**  
BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## PRINTMEDIEN ANZEIGEN

### 12.12 Beispiel Imageanzeige Querformat

Beispiel für den Aufbau von Imageanzeigen  
mit Kampagnenmechanik.

**STUDIERN  
IM MARKT**



Besuch uns  
auf der Bildungs-  
und Jobmesse  
„Chance“  
13./14.1.2017

**Wenn andere noch  
Lorem ipsum,  
dann Lorem ipsum  
consectetur.**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis es ultricies nec, pellentesque eu, pretium quissem. Nullam consequat massa quis enim. Donec pede justo fringilla vel.



*Graduiert mit Einkommen und  
besten Berufsaussicht.*

[studieren-im-markt.de](http://studieren-im-markt.de)

**BA** BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## PRINTMEDIEN ANZEIGEN

### 12.12 Beispiel Imageanzeige Hochformat

Beispiel für den Aufbau von Imageanzeigen  
mit Kampagnenmechanik.



**STUDIERN  
IM MARKT**

Jetzt online  
bewerben unter  
studieren-im-  
markt.de

## Aufstiegschance für Dozenten: Wir suchen Sie!

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, eu ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, semper magna quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, tortor sed ut augue quam eros ut ultricies. Donec mi odio, faucibus at, malesuada ornare, vestibulum vel, nunc hendrerit magna. Donec odio turpis, ut blandit, vel lectus, vel hendrerit odio. Donec ipsum leo, egestas quis, blandit turpis. In hac habitasse platea dictumst. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum molestiae consequat, ut quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed qui magna veniam conquiretur, ut pariatur quae ab ea voluptate et.

studieren-im-markt.de

**BA SACHSEN**  
BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## PRINTMEDIEN ANZEIGEN

### 12.13 Beispiel Produktanzeige Hochformat

Dieses Anwendungsbeispiel zeigt, wie ohne Bilder nur mit den Grafikelementen die Aussage der Headline unterstützt werden kann.

Es zeigt weiterhin die Integration und Anwendung eines Störers, um wichtige Inhalte hervorzuheben.



## PRINTMEDIEN ANZEIGEN

### 12.13 Beispiel Produktanzeige Querformat

Dieses Anwendungsbeispiel zeigt, wie ohne Bilder nur mit den Grafikelementen die Aussage der Headline unterstützt werden kann.

Es zeigt weiterhin die Integration und Anwendung eines Störers, um wichtige Inhalte hervorzuheben.



Das Dienstsiegel sollte nicht unterhalb von 70 cm platziert werden, um die Sichtbarkeit des Logos zu gewährleisten.

Der Schriftzug hat eine Schutzzone von ¼ Segment

## PRINTMEDIEN ROLL-UP

### 12.14 Aufbau

Durch die Platzierung von Roll-Ups im öffentlichen Raum, bei Messen oder Ausstellungen ... ist das Dienstsiegel nicht unterhalb einer Höhe von 70 cm zu platzieren, um die Sichtbarkeit zu gewährleisten.

Um das Erfassen von Absender und URL in der Fernwirkung zu unterstützen, werden diese Elemente positiv (auf weißem Grund) abgebildet.

studieren-im-markt.de

**STUDIERN  
IM MARKT**



**Wenn andere noch  
Luftschlösser bauen,  
feilst du schon  
an deinem Erfolg.**



**BA SACHSEN**  
BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

*Graduiert mit Einkommen  
und bester Berufsaussicht.*

studieren-im-markt.de

**STUDIERN  
IM MARKT**



**Wenn andere Mutti  
noch auf der Tasche  
liegen, lädst du sie  
schon zum Brunch ein.**



**BA SACHSEN**  
BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

*Graduiert mit Einkommen  
und bester Berufsaussicht.*

studieren-im-markt.de

**STUDIERN  
IM MARKT**



**Wenn andere noch  
Jobs suchen, bekommst  
du schon dein  
erstes Festgehalt.**



**BA SACHSEN**  
BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

*Graduiert mit Einkommen  
und bester Berufsaussicht.*

## PRINTMEDIEN ROLL-UP

### 12.15 Beispiel Imagemotive

studieren-im-markt.de

**STUDIERN IM MARKT**

Informatik



### 3D-Modelle im musealen Umfeld: Scan, Visualisierung und Druck

3D-Druck:

3D-Scan:

3D-Modellierung:

BA BERUNGSKADEMIIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION  
LEIPZIG

studieren-im-markt.de

**STUDIERN IM MARKT**

Mittelständische Wirtschaft



### SachsoMeter 2015 „Unternehmensführung im Mittelstand: Eine Bestandsaufnahme“

SachsoMeter:

SachsoMeter:

SachsoMeter:

BA BERUNGSKADEMIIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION  
GLAUCHAU

studieren-im-markt.de

**STUDIERN IM MARKT**

Soziale Arbeit



### Ein neues Zuhause für fünf Geschwisterkinder in einer Familienwohngruppe des ASB in Zwickau

Soziale Arbeit:

Soziale Arbeit:

Soziale Arbeit:

BA BERUNGSKADEMIIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION  
BREITENBRUNN

# PRINTMEDIEN ROLL-UP

## 12.15 Beispiel Produktmotive

# 13

## DIGITALMEDIEN

13.1	Power-Point-Präsentationen Raster Titelseite .....	151
13.2	Power-Point-Präsentationen Beispiele Titelseite .....	152
13.3	Power-Point-Präsentationen Raster Contentseite .....	154
13.4	Power-Point-Präsentationen Beispiele Contentseite .....	155
13.5	Website Gestaltungsbeispiel .....	158



## DIGITALMEDIEN POWER-POINT

### 13.1 Raster Titelseite

Die klassische Folie ist 25,4 cm breit und 19,05 cm hoch. Das entspricht einem Seitenverhältnis von 4:3.

Die kürzere Seite des Formates wird in 10 Segmente geteilt. (1Segment = 19,05 mm). Der Rand entspricht einem halben Segment, also = 9,525 mm.

#### Kampagnenlogo Positionierung:

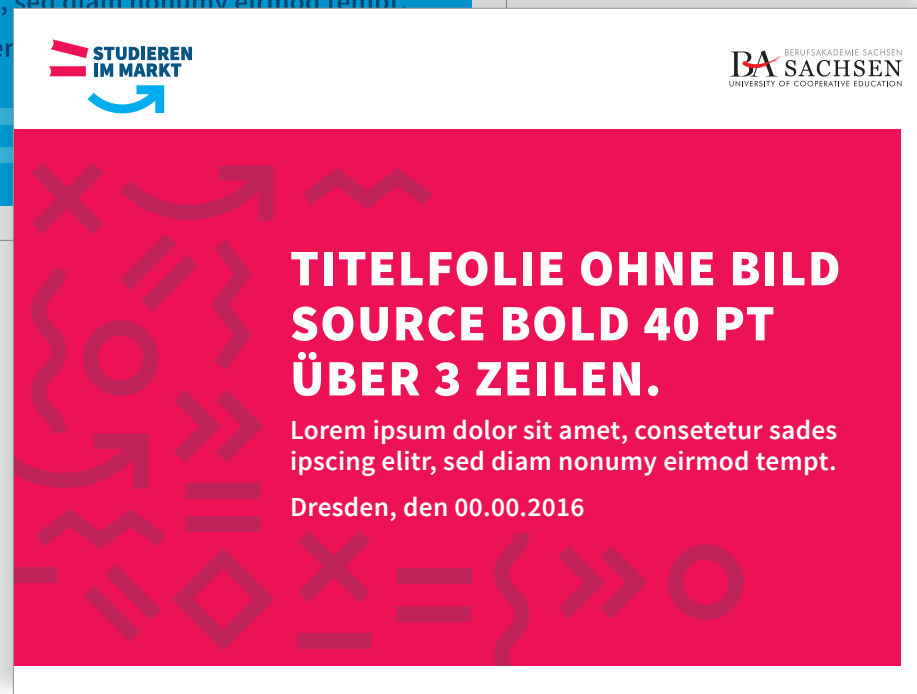
X = 9,525 mm

Y = 7,525 mm

#### Dienstsiegel Positionierung:

X = 197,1 mm

Y = 12 mm



## DIGITALMEDIEN POWER-POINT

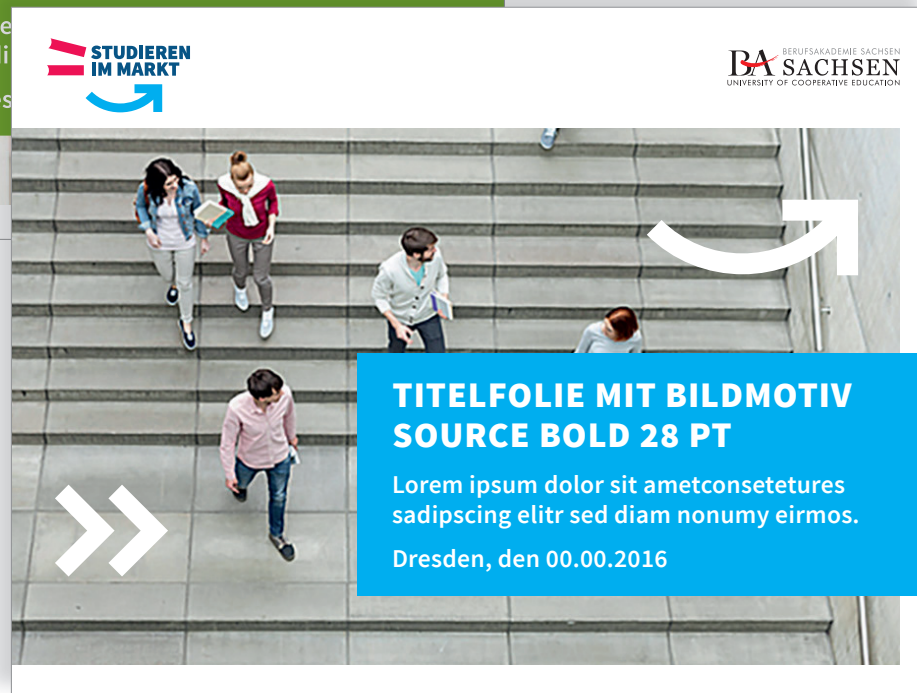
### 13.2 Beispiel Titelseite

2 Beispiele für PPP-Titelfolien.

Die Farbwahl ist variabel. Die Anwendung aller 3 primären Leitfarben der Berufsakademie Sachsen sind möglich.

Der Aufbau von Power-Point-Präsentationen ist für die Zentrale sowie für die Standorte identisch.





## DIGITALMEDIEN POWER-POINT

### 13.2 Beispiel Titelseite

#### Motiv hinten:

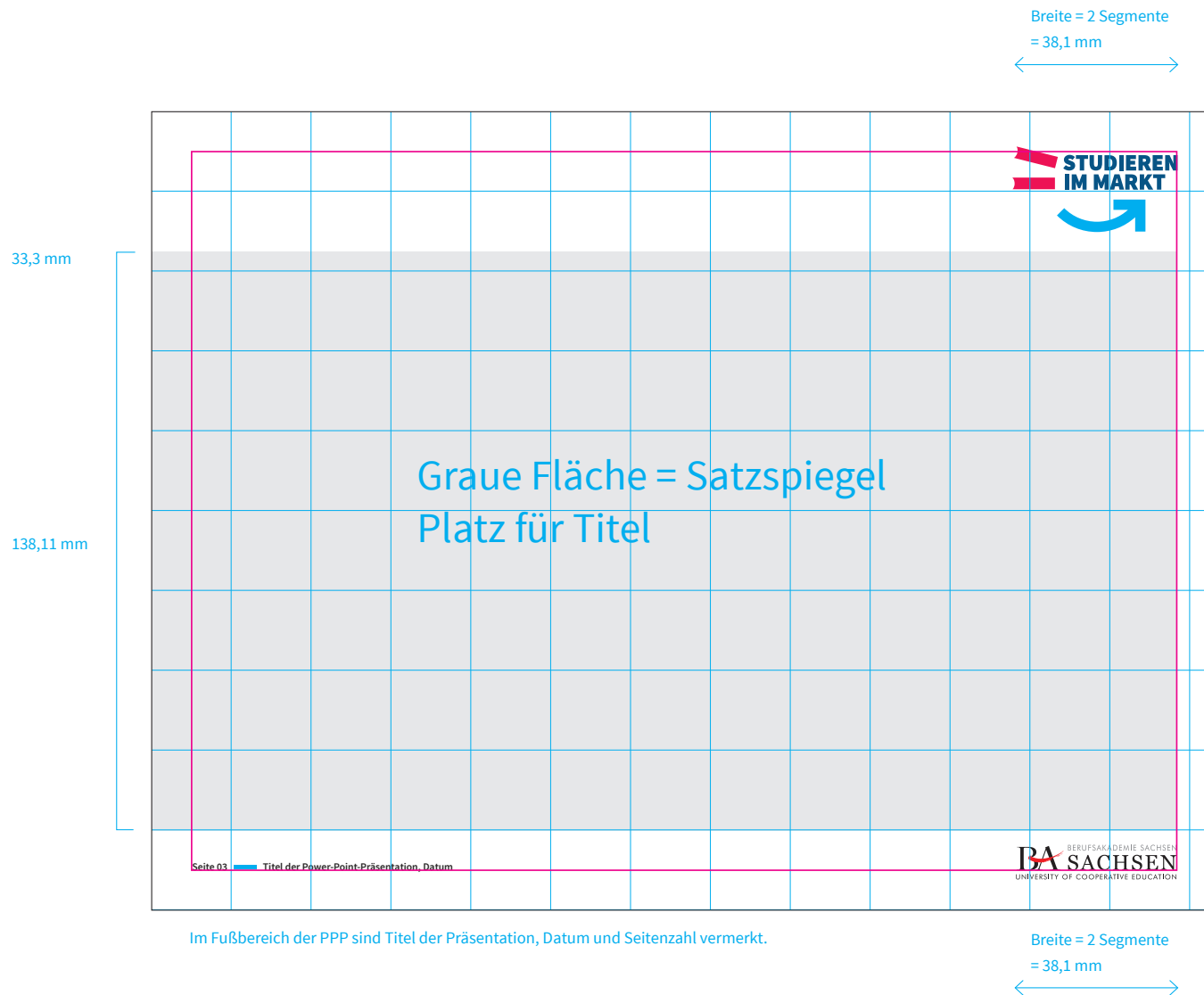
Beispiel für eine Titelfolie mit integriertem Bild, wenn es sich um eine PPP aus einem der 3 Studienbereiche (hier zum Beispiel Wirtschaft) handelt.

#### Motiv vorn:

Beispiel für PPP-Titelfolien mit integriertem Bild, wenn es sich um eine allgemeine Imagedarstellung handelt.

Die Farbwahl ist variabel. Die Anwendung aller 3 primären Leitfarben der Berufsakademie Sachsen sind möglich.

Der Aufbau von Power-Point-Präsentationen ist für die Zentrale sowie für die Standorte identisch.



Im Fußbereich der PPP sind Titel der Präsentation, Datum und Seitenzahl vermerkt.

## DIGITALMEDIEN POWER-POINT

### 13.3 Raster Contentseite

#### Kampagnenlogo Positionierung:

X = 206,3 mm

Y = 7,525 mm

#### Dienstsiegel Positionierung:

X = 206,3 mm

Y = 174,85

## Agendafolie Überschrift Source Bold 25 – 28 pt (keine Versalien) Lorem ipsum dolor sit amet.

- » Text in Source Semibold 17 – 22 pt, **Hervorhebungen Source Black**
- » Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur elit.
- » Aenean commodo ligula eget dolor.
- » Aenean massa. Lorem ipsum dolor sit amet
- » Cum socis natoque penatibus et parturient montes.
- » consetetur sadipscing elitr sed dia
- » Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipis elit.
- » Lorem ipsum sectetur adipiscing elit.
- » Aenean massa. Lorem ipsum dolor sit amet
- » Cum socis natoque penatibus et parturient montes.
- » consetetur sadipscing elitr sed dia



## DIGITALMEDIEN POWER-POINT

### 13.4 Beispiel Contentseite

Beispiel für eine Content-Folie mit reinem Textinhalt.

Der Text sollte einen Einzug von 19,05 mm (1 Segment) besitzen.

Die Platzierung der einzelnen Textbausteine (wie Headline oder Copytext) in der Vertikalen, sollten sich am Raster ausrichten.

## Text-/Bildfolie Überschrift Source Bold 25 – 28 pt Lorem ipsum dolor sitamet.

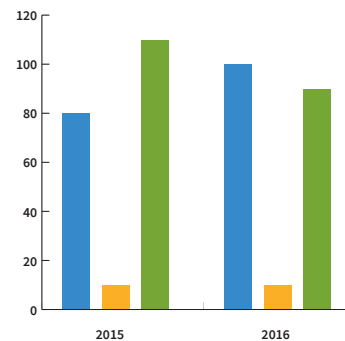
Text in Source Semibold 17 – 22 pt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur scing elit. Aenean commodo ligula eges dolor. Aenean massa. Cum sociis nato penatibus et magnis dis parturient mte es, nascetur ridiculus mus.

Donec quam felis ultricies nec pellets que eupretium quissem. Nulla consequ massa quis enim. Donec pede justorin gilla vel, aliquet nec, vulputate egetrc In enim justo rhoncus utimperdietleo venenatis vitae, justo. Lorem ipsum d



Seite 03 — Titel der Power-Point-Präsentation, Datum

## Text-/Grafikfolie Überschrift Source Bold 25 – 28 pt Lorem ipsum dolor sitamet.



Text in Source Semibold 17 – 22 pt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur scing elit. Aenean commodo ligula eges dolor. Aenean massa. Cum sociis nato penatibus et magnis dis parturient mte es, nascetur ridiculus mus.

Donec quam felis ultricies nec pellets que eupretium quissem. Nulla consequ massa quis enim. Donec pede justorin gilla vel, aliquet nec, vulputate egetrcu In enim justo rhoncus utimperdietleo venenatis vitae, justo. Lorem ipsum dol

Seite 03 — Titel der Power-Point-Präsentation, Datum

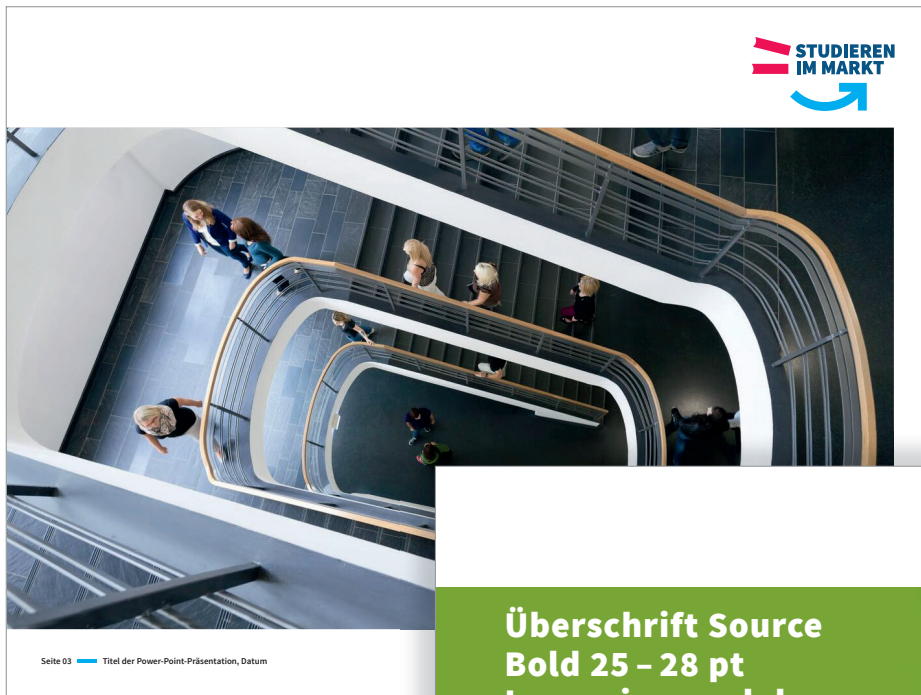


BA SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

## DIGITALMEDIEN POWER-POINT

### 13.4 Beispiel Contentseite

Beispiele für die Integration von Grafiken oder Bildelementen. Die Positionierung der Elemente (ob rechts oder links) ist variabel.



Seite 03 — Titel der Power-Point-Präsentation, Datum

**STUDIERN  
IM MARKT**

**Überschrift Source  
Bold 25 – 28 pt  
Lorem ipsum dolor.**

Text in Source Semibold 17 – 22 pt Lore  
mipsum dolor sit amet, consectetu  
rper scing elit. Aenean commodo ligula  
eges dolor. Aenean massa. Cum sociis nato

100 %	75 %	62 %
Lorem ipsum dolor sit amets	Lorem ipsum dolor sit amets	Lorem ipsum dolor sit amets

**BA SACHSEN**  
BERUFSAKADEMIE SACHSEN  
UNIVERSITY OF COOPERATIVE EDUCATION

Seite 03 — Titel der Power-Point-Präsentation, Datum

## DIGITALMEDIEN POWER-POINT

### 13.4 Beispiel Contentseite

Der Satzspiegel kann auch ganzflächig ausgefüllt werden. Hier einmal mit einem Bildmotiv oder einer Farbfläche, als Beispiel aus dem Studienbereich Wirtschaft.



## DIGITALMEDIEN WEBSITE

### 13.5 Gestaltungsbeispiel



## DIGITALMEDIEN WEBSITE

### 13.5 Gestaltungsbeispiel scrollbarer Bereich

# 14

## WERBEMITTEL

14.1 Anwendungsbeispiel Textmarker .....	161
14.2 Anwendungsbeispiel Schlüsselband .....	162
14.3 Anwendungsbeispiel Beutel .....	163
14.4 Anwendungsbeispiel Namensschilder .....	164
14.5 Anwendungsbeispiel USB-Stick-Creditcard .....	165





#### **Sonderdruckverfahren:**

Werbemittel werden oft in Sonderdruckverfahren produziert.  
(z. B. Siebdruck, Tampondruck, Ätzung...)  
Die Farbangaben für HKS, PANTONE finden Sie auf Seite 44.

Bei der Produktion sollte der Hersteller des jeweiligen Werbemittels in der Beratung hinzugezogen werden, um produktionstechnische Bedingungen wie Mindestgröße und minimale Strichstärke (die beispielsweise das Zulaufen von Schriften verhindert) abzufragen und so ein lesbares Ergebnis zu gewährleisten.

## WERBEMITTEL TEXTMARKER

### 14.1 Anwendungsbeispiel

Bei der Auswahl von Werbemitteln ist darauf zu achten, dass sich Farben wählen lassen, die den **Primärfarben** der Berufsakademie Sachsen sehr nahe kommen oder sich komplett einfärben lassen.

Sich vorab entsprechende Werbemittel bemustern zu lassen ist ratsam, da Webseiten von Werbeartikeln oft mit Farbangaben werben, die keinen prüfbaren Farbsystemen zu Grunde liegen. Beispiel „Royalblau“, „Apfelgrün“. Auch die Monitordarstellung weicht durch Farbunverbindlichkeit von Beispielbildern der Website oder einem schlecht kalibrierten Monitor oft ab.

Standortbezogene Werbemittel orientieren sich an den Gestaltungsvorgaben mit der jeweiligen Standortkennung.



#### **Textile Werbemittel:**

Bei textilen Werbemitteln stehen unterschiedlichste Verfahren zur Auswahl um entsprechende Logos, Texte, Elemente auf dem gewünschten Medium zu platzieren. Diese reichen vom hochwertigen Einweben bis hin zum Flock- und Flexdruck.

Je nach gewünschter Langlebigkeit und optimalem Druckergebnis muss das richtige Verfahren gewählt werden. Oft sind bei textilen Werbemitteln keine feinen Details und kleinen Schriften umsetzbar, so dass grafische Elemente manuell angepasst werden

müssen, um den Datenrichtlinien des Herstellers zu entsprechen. Dieser sollte daher in der Beratung hinzugezogen werden, um produktionstechnische Bedingungen wie Mindestgröße und minimale Strichstärke (die beispielsweise das Zulaufen von Schriften verhindert) abzufragen und so ein lesbares Ergebnis zu gewährleisten.

Die Farbangaben für HKS, PANTONE finden Sie auf Seite 44.

## WERBEMITTEL SCHLÜSSELBAND

### 14.2 Anwendungsbeispiel

Bei der Auswahl von Werbemitteln ist darauf zu achten, dass sich Farben wählen lassen, die den **Primärfarben** der Berufsakademie Sachsen sehr nahe kommen oder sich komplett einfärben lassen.

Sich vorab entsprechende Werbemittel bemustern zu lassen ist ratsam, da Webseiten von Werbeartikeln oft mit Farbangaben werben, die keinen prüfbaren Farbsystemen zu Grunde liegen. Beispiel „Royalblau“, „Apfelgrün“. Auch die Monitordarstellung weicht durch Farbunverbindlichkeit von Beispielbildern der Website oder einem schlecht kalibrierten Monitor oft ab.

Standortbezogene Werbemittel orientieren sich an den Gestaltungsvorgaben mit der jeweiligen Standortkennung.



*Drucktechnische Besonderheiten bei  
textilen Werbemitteln siehe auch  
Bild-Hinweis auf Seite 162 (Schlüsselband).*



## WERBEMITTEL BEUTEL

### 14.3 Anwendungsbeispiel

Bei der Auswahl von Werbemitteln ist darauf zu achten, dass sich Farben wählen lassen, die den **Primärfarben** der Berufsakademie Sachsen sehr nahe kommen oder sich komplett einfärben lassen.

Sich vorab entsprechende Werbemittel bemustern zu lassen ist ratsam, da Webseiten von Werbeartikeln oft mit Farbangaben werben, die keinen prüfbaren Farbsystemen zu Grunde liegen. Beispiel „Royalblau“, „Apfelgrün“. Auch die Monitordarstellung weicht durch Farbunverbindlichkeit von Beispielbildern der Website oder einem schlecht kalibrierten Monitor oft ab.

Standortbezogene Werbemittel orientieren sich an den Gestaltungsvorgaben mit der jeweiligen Standortkennung.



**Sonderdruckverfahren:**

Werbemittel in kleinen Auflagen werden im Digitaldruck realisiert. Hier ist auf Farbverbindlichkeit der primären Leitfarben der Berufsakademie Sachsen zu achten und gegebenenfalls die Druckeroptionen manuell anzupassen.



## WERBEMITTEL NAMENSSCHILDER

### 14.4 Anwendungsbeispiel

Bei der Auswahl von Werbemitteln ist darauf zu achten, dass sich Farben wählen lassen, die den **Primärfarben** der Berufsakademie Sachsen sehr nahe kommen oder sich komplett einfärben lassen.

Sich vorab entsprechende Werbemittel bemustern zu lassen ist ratsam, da Webseiten von Werbeartikeln oft mit Farbangaben werben, die keinen prüfbaren Farbsystemen zu Grunde liegen. Beispiel „Royalblau“, „Apfelgrün“. Auch die Monitordarstellung weicht durch Farbunverbindlichkeit von Beispielbildern der Website oder einem schlecht kalibrierten Monitor oft ab.



*Drucktechnische Besonderheiten bei Werbemitteln – siehe auch Bild-Hinweis auf Seite 161 (Textmarker).*

## WERBEMITTEL

### USB-STICK – CREDITCARD

#### 14.5 Anwendungsbeispiel

Bei der Auswahl von Werbemitteln ist darauf zu achten, dass sich Farben wählen lassen, die den **Primärfarben** der Berufsakademie Sachsen sehr nahe kommen oder sich komplett einfärben lassen.

Sich vorab entsprechende Werbemittel bemustern zu lassen ist ratsam, da Webseiten von Werbeartikeln oft mit Farbangaben werben, die keinen prüfbaren Farbsystemen zu Grunde liegen. Beispiel „Royalblau“, „Apfelgrün“. Auch die Monitordarstellung weicht durch Farbunverbindlichkeit von Beispielbildern der Website oder einem schlecht kalibrierten Monitor oft ab.

Standortbezogene Werbemittel orientieren sich an den Gestaltungsvorgaben mit der jeweiligen Standortkennung.

# 15

## CORPORATE PAPER

15.1 Geschäftsausstattung und Printmedien .....167

# Clairtech

Grammatur / Basis Weight g/m <sup>2</sup>	70	80	90	100	120	145	170	250	300	400
Dicke / Thickness ISO 534 µm	97	108	122	123	148	178	209	290	350	469
Spez. Volumen / Spec. Volume ISO 534 cm <sup>3</sup> /g	1,39	1,35	1,36	1,23	1,23	1,23	1,23	1,16	1,17	1,17
CIE Weiße / Whiteness ISO 11475 %	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169
Helligkeit / Brightness (Illuminant D65/10°) ISO 2470-2 %	116	116	116	116	116	116	116	116	116	116
Opazität / Opacity ISO 2471 %	90,0	93,0	95,0	96,0	98,0	99,0	99,0	100,0	100,0	100,0
Rauigkeit / Roughness Bendtsen ISO 8791-3 ml/min	150	150	150	160	160	160	160	160	160	160
Relat. Feuchte / Relat. Humidity ISO 287 %	38	38	38	42	43	45	45	50	50	50

Ziel-Produktionswerte Stand Juni 2015  
Target production values updated June 2015

Herstellerangaben  
Instructions of Manufacturer

Der Hersteller ist für die Richtigkeit und Einhaltung der Angaben verantwortlich.  
The Manufacturer is responsible for the validity of facts and figures.

Zertifikate und Labels  
Certificates and Labels

FSC® certified, ISO 9706

Hinweis

Regionale Unterschiede in den Spezifikationen möglich,  
bitte fragen Sie dazu Ihre zuständige Igepa Fachberatung.

Advice

Regional variations in specifications may apply;  
please contact your local Igepa Sales office for more information.

## PAPIER CORPORATE PAPER

### 15.1 Geschäftsausstattung und Printmedien

Unter Berücksichtigung des Corporate Designs, aber auch nach qualitativen, ökologischen, ökonomischen und produktionstechnischen Kriterien, ist die Wahl des Papiers auf Clairtech gefallen.

#### Clairtech

geglättet, holzfrei,  
oberflächenvergütet, hochweiß



# 16

## **SMWK-LOGO: ANWENDUNG**

16.1 Nutzung des Logos „Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst“ durch die Berufsakademie Sachsen .....	169
---	-----



Landesignet:



SMWK-Logo:

STAATSMINISTERIUM  
FÜR WISSENSCHAFT  
UND KUNST

Gefördert durch



Freistaat  
SACHSEN

## SMWK-LOGO ANWENDUNG

### 16.1 Nutzung des SMWK-Logos durch die Berufsakademie Sachsen

In der Geschäftspost der Berufsakademie Sachsen kommt das Landesignet zum Einsatz.

Auf Printmedien (Großplakaten, Flyern, Broschüren...) empfehlen wir die Verwendung des SMWK-Logo mit dem Zusatz "Gefördert durch".

Bei der Verwendung des SMWK-Logos ist darauf zu achten, dass dies in der Anordnung nicht als Zweitlogo, das heißt dem Logo der Berufsakademie Sachsen untergeordnet werden sollte.

## Bei Fragen zum Corporate Design stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

### Impressum:

Berufsakademie Sachsen · Zentrale Geschäftsstelle  
Kopernikusstraße 51 · 08371 Glauchau  
Telefon: +49 3763 173-182 · E-Mail: info@ba-sachsen.de  
www.ba-sachsen.de

### Gestaltung:

zebra public relations GmbH · Niederlassung Dresden  
Werner-Hartmann-Straße 5 · 01099 Dresden  
Telefon: 0351 212800-20 · E-Mail: pr@zebra.de  
www.zebra.de

### © Fotos:

**Die hier im Corporate Design Manual integrierten Fotos sind ausschließlich Anmutungsbeispiele. Die Bildrechte liegen bei lizenzpflichtigen Bilddatenbanken und müssen bei gewünschter Verwendung erst käuflich erworben werden.**

#### Fotolia

Seite 78: Stickman Checklist: (fotalia 102572389) Urheber: Style-Photography  
Alexander Limbach; Group of students celebrating success in exams  
(fotalia 108297354) Urheber: Kzenon; Plan (fotalia 110225053) Urheber: vege

#### Plainpicture

Seite 23: Studentin Mikroskop (p312m935655f) Urheber: Johner/Hans Bjurling

Seite 70: (links nach rechts)

Student mit Dozentin: (p426m1085271f) Urheber: Maskot (Kentaroo Tryman);  
Student einzeln: (p300m1029190f) Urheber: Fotoagentur Westend61 (Milton Brown);  
Studentengruppe: (p426m766413f) Urheber: Maskot (Jens Lennartsson);  
Student sitzend: (p1005m738528) Urheber: SMMS;  
blonde Studentin: (p328m729833f) Urheber: Fancy Images/Hero;  
Studenten schreibend: (p426m896787f) Urheber: Maskot

Seite 71: (links nach rechts)

Dozentin: (p328m729883f) Urheber: Fancy Images/Hero;  
Dozent: (p42911050f) Urheber: Cultura (Janie Airey);  
Dozent im Gespräch: (p352m1062078f) Urheber: Folio Images – Jan Strandström;  
Dozentin blond: (p1264m1122033f) Urheber: Astrakan;  
Gruppe: (p300m1028681f) Urheber: Fotoagentur Westend61 (Uwe Umstätter);  
Dozentin whiteboard: (p426m896793f) Urheber: Maskot

Seite 72: (links nach rechts)

Gespräch hinter Glas: (p429m803026f) Urheber: Cultura (suedhang);  
Frau lächelnd (p4295226) Urheber: Cultura (Adrian Weinbrecht);  
Studentengruppe am Laptop: (p300m998904f) Urheber: Fotoagentur Westend61;  
Frau lächelnd Geschäftsleute: (p64115089f) Urheber: OJO (Paul Bradbury);  
Labor Biochemie: (p429m1095134f) Urheber: Cultura (Phil Boorman);  
Mann im Gespräch (p426m663333f) Urheber: Maskot

Seite 74: (links nach rechts)

Holzbearbeitung: (p429m1095539f) Urheber: Cultura (Eugenia Marongiu);  
Bibliothek (p4902275) Urheber: STOCK4B (Andreas Körner);  
Mann Maschine (p429m768975f) Urheber: Cultura (Monty Rakusen);  
Studentin Mikroskop (p312m935655f) Urheber: Johner/Hans Bjurling;  
Medizinisches Zubehör: (p429m1118514f) Urheber: Cultura (Andrew Brookes);  
Junger Mann im Laborkittel: (p390m1115642) Urheber: Frank Herford

Seite 76: (links nach rechts)

Bibliothek: (p1085m987660) Urheber: Davis Carreno Hansen;  
Treppenhaus: Staatliche Studienakademie Dresden;  
Campus: Staatliche Studienakademie Glauchau;  
Studenten sitzend: (p1026m972293f) Urheber: Lumi Images (Hudolin-Kurtagic);  
Gebäude: Staatliche Studienakademie Glauchau;  
Treppe Studenten: (p300m950226f) Urheber: Fotoagentur Westend61



Stand: November 2016  
Vor dem Druck an die Umwelt denken.