

Brand Manual



Einleitung

Eine starke Marke lebt von einem starken Auftritt, der ihre innere, strategische Aufladung widerspiegelt. Im Fall von „Hannover sauber!“ ist dieser Auftritt umso wichtiger, da sich die Marke zum Ziel setzt, Umdenken zu steuern und Verhaltensänderung zu erreichen. Das vorliegende Brand Manual soll deshalb nicht nur starre Richtlinien aufstellen, sondern ein Verständnis für den Auftritt der Marke ermöglichen, das die nachhaltige Etablierung von „Hannover sauber!“ sicherstellt.

„Das Innere spiegelt sich im Äußeren“, stellte der legendäre Designer Otl Eichner einst fest. Dieser Maßgabe folgend, ist es der Anspruch des Corporate Designs, die strategischen Markenwerte von „Hannover sauber!“ zu verdeutlichen.

Motivieren. Anpacken. Zusammenarbeiten. Das Akteursnetzwerk setzt sich zum Ziel, die Realität einer ganzen Stadt und seiner Bewohner durch Maßnahmen im Kleinen wie im Großen zu verbessern und so Sinn zu stiften. Nachhaltige Aktivierung ist Schlüssel zum Erfolg.

„Hannover sauber!“ ist Appell an die Stadtgesellschaft, die sich Lebens- und Freiräume teilt. Es ist Projektionsfläche für Ideen und Maßnahmen, Bühne für den Dialog zwischen Bürgergesellschaft, Politik und Wirtschaft. Gemeinsam sorgen alle Beteiligten dafür, das Potenzial Hannovers optimal zu nutzen und die Stadt so lebenswerter zu machen.



Das Netzwerk ist Sinnbild für geteilte Verantwortung. Einzelmaßnahmen werden zu einer Bewegung zusammengefasst, jeder Baustein hat hohe Relevanz. Der niedrigschwellige Zugang zum Netzwerk erhöht seine Akzeptanz in der breiten Öffentlichkeit.

Die Farben sind ein wichtiger Faktor in der Wiedererkennung einer Marke. Das Logo „Hannover sauber!“ soll daher primär in der farbigen Version genutzt werden. Nur, wenn es drucktechnische Anforderungen nicht zulassen, können die unten aufgeführten Versionen eingesetzt werden. Das Logo steht vorzugsweise auf weißem Fond. Für sehr kleine Anwendungen im Web gibt es eine vereinfachte Variante.

Die Logos werden in den gängigen Formaten bereitgestellt und dürfen nicht nachgebaut werden.

Logo farbig



Logo einfarbig



Logo Graustufen



Logo s/w



Logo negativ



1.1

Das Logo | Slogan | Primärlogo

Es empfiehlt sich eine Anbindung des Slogans an das Logo. Die Anbindung ist wie rechts definiert. Der Slogan kann aber auch vom Logo gelöst eingesetzt werden. Dann ist darauf zu achten, dass in der Wahrnehmung immer eine inhaltliche Verbindung zwischen den beiden wichtigen Bestandteilen sichergestellt ist.

Logo mit Slogan farbig



Der Abstand zwischen Logo und Slogan entspricht dem Abstand der Schriftlinien der Worte „Hannover“ und „sauber!“.

Schrift Slogan:
Roboto Slab regular
Laufweite: +5
ZAB: 120 %

Logo einfarbig

Logo Graustufen

Logo s/w

Logo negativ



Gemeinsam für
eine schöne Stadt.



Gemeinsam für
eine schöne Stadt.



Gemeinsam für
eine schöne Stadt.



Gemeinsam für
eine schöne Stadt.

1.2

Das Logo | Schutzraum

Logo ohne Slogan



Logo mit Slogan



■ Schutzraum. Der Abstand zwischen Logo und Slogan entspricht dem Schutzraum des Logos.

Ein Logo benötigt „Raum zum Atmen“. Das bedeutet, um in einem Kommunikationsumfeld mit weiteren Informationen gut wahrgenommen zu werden, sollte es von freiem Raum umgeben sein. Innerhalb dieses Schutzraums dürfen keine weiteren grafischen Elemente wie z. B. andere Logos platziert werden. Einzig der Slogan kann innerhalb dieses Raums angefügt werden.

1.3

Das Logo | Anwendungen und Größen | responsives Logo

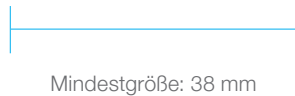
Anwendungsstufe 1, Primärlogo

Anwendungsstufe 2

Anwendungsstufe 3

Anwendungsstufe 4

Anwendungsstufe 5



Die Kombination des Logos mit dem Slogan ist die präferierte Anwendung.



Das Logo kann in Ausnahmefällen auch ohne angebundene Slogan eingesetzt werden. Wird der Slogan frei zum Logo positioniert, muss ein inhaltlicher Bezug sichergestellt sein.



Logo ohne Verläufe

- Digitale Anwendung (responsiv)
- Druckverfahren, die keine Verläufe zulassen



- Digitale Anwendung (responsiv)
- Druckverfahren, die absolute Reduktion des Logos erfordern



- Digitale Anwendung (responsiv)
- Favicon

Für die Anwendung in den digitalen Medien oder einige Druckverfahren kann es notwendig sein, verschiedene Stufen der Vereinfachung anzubieten. Nur für diese Fälle sind die Anwendungsstufen 3 – 5 gedacht.

2 Die Farbwelt

Primärfarben

Die Primärfarben werden zur Gestaltung eingesetzt. Die Signalfarbe wird benötigt, um Hervorhebungen wie Störer zu gestalten. Diese heben sich dadurch in der Kommunikation deutlich von den Primärfarben ab.

Primärfarbe 1



CMYK : 0 | 50 | 100 | 0
sRGB : 243 | 146 | 0
HEX : #f39200
Pantone : 1375 U
RAL : 1037

Primärfarbe 2



CMYK : 100 | 88 | 0 | 14
sRGB : 46 | 42 | 133
HEX : #2e2a85
Pantone : 2747 U
RAL : 5022

Signalfarbe



CMYK : 90 | 0 | 30 | 0
sRGB : 70 | 170 | 188
HEX : #46aabc
Pantone : 3125 U
RAL : 5018

Verlaufsfarben

Die Verlaufsfarben werden ausschließlich zur Erstellung von Verläufen benötigt.



CMYK : 0 | 80 | 100 | 0
sRGB : 203 | 90 | 39
HEX : #cb5a27
Pantone : 021 U
RAL : 2009



CMYK : 100 | 88 | 0 | 50
sRGB : 27 | 22 | 92
HEX : #1b165c
Pantone : 2757 U
RAL : 5011



CMYK : 90 | 0 | 30 | 30
sRGB : 12 | 128 | 146
HEX : #0c8092
Pantone : 3145 U
RAL : 5021

2.1 Die Farbwelt | Verläufe

Radialer Verlauf

Linearer Verlauf

Primärfarbe 1



Ein Verlauf kann wahlweise radial oder linear eingesetzt werden.

Die radialen Verläufe werden zum Rand hin dunkler und fokussieren auf den Inhalt.

Grundsätzlich dürfen die Verläufe in den hellen und dunklen Anteilen verändert und den Layouts angepasst werden.

Verläufe können als Hintergrundfläche eingesetzt werden. Ebenso kann eine Linie, ein Störer oder auch eine Grafik als Verlauf angelegt sein.



Primärfarbe 2



Signalfarbe



Beispielhafte Anwendung

Die beiden Schriften Roboto Slab und Helvetica werden in der Kommunikation von „Hannover sauber!“ kombiniert. In der ersten Wahrnehmungsebene steht die Roboto Slab. Die Helvetica ist eher für sachlich Inhalte wie Copytexte, etc. gedacht und ordnet sich unter.

Helvetica bold → **Prelines leiten in das Thema ein**

Eine Headline

Roboto Slab regular ↑

Helvetica bold → **Sublines bieten gerne weitere Informationen**

Helvetica bold → **Eine Zwischenheadline**
Der Copytext velit ut plia quo ium ea in est quam ad enia volest, experes editaqui andi siminciam, omnienis exped quis moluptis serum voluptaspis doluptias apis abo. Genducius volupta sitatem rersperion nietur sundam volorepe explignis

Roboto Slab bold → **Hervorhebungen**

Schriftarten

Roboto Slab

Die Schrift Roboto Slab wird eingesetzt für:

- Headlines
- Hervorhebungen
- Freie Gestaltung mit Typografie

abcdefghijklmnopqrstuvw
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVW
abcdefghijklmnopqrstuvw
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVW

Helvetica

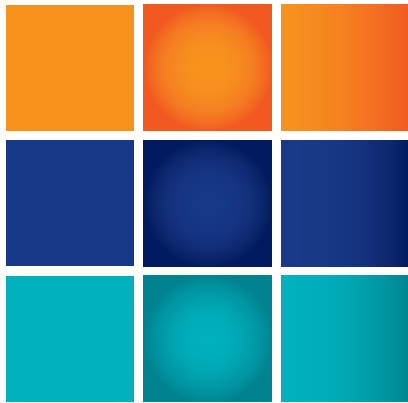
Die Schrift Roboto Slab wird eingesetzt für:

- Prelines
- Sublines
- Zwischenheadlines
- Copytexte
- Bildunterschriften

abcdefghijklmnopqrstuvw
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVW
abcdefghijklmnopqrstuvw
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVW

4 Basiselemente

Farbflächen



Straßennetz



Weitere grafische Elemente



Unabhängig von Logo, Slogan, Schrift und Farben gibt es grafische Elemente, die „Hannover sauber!“ unverwechselbar machen. Sie werden auf den Folgeseiten im Einzelnen erläutert.

4.1

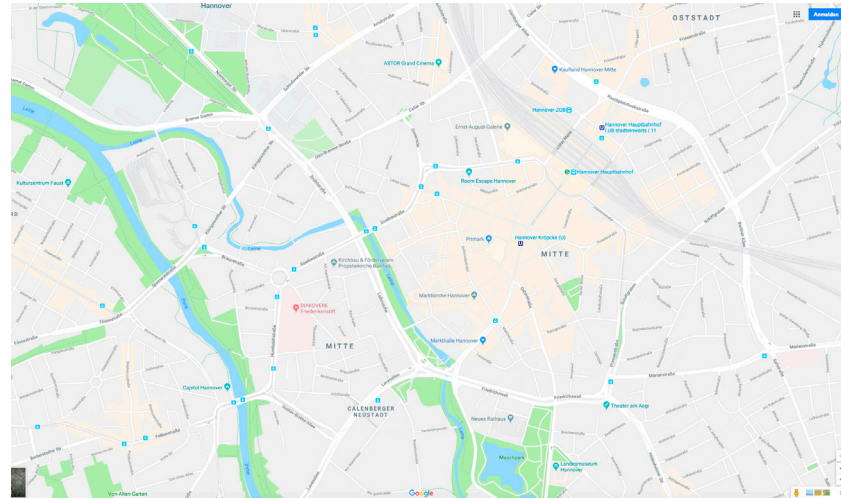
Basiselemente | Das Straßennetz

Wir leben in der Stadt, bewegen uns täglich über und durch die Straßen Hannovers. Hier findet unser Leben außerhalb der eigenen vier Wände statt, hier wird kommuniziert, die Straßen sind die Lebensadern der Stadt, hier spiegelt sich die Liebe zu unserer Heimat wider. Letztlich sind es auch Straßen, anhand derer wir die Sauberkeit unserer Umgebung bemessen. Und: Abstrahiert bilden Straßen Netzwerke, die Menschen verbinden.

Das Straßennetz dient als Unterleger-Grafik und bietet verschiedene Spielmöglichkeiten, die im Folgenden beispielhaft erläutert werden.

Es können alle Stadtteile als Vektorgrafik umgesetzt und eingesetzt werden.

Lebensraum Netzwerk Verbindung Liebe zur Stadt Hannover



Vom Stadtplan zur Vektorgrafik



Freiraum Lokales Handeln Lokalpatriotismus Lebensadern

4.2

Basiselemente | Die Farbflächen

Die Farbflächen sind ein wesentlicher Bestandteil des Erscheinungsbildes. Um mehr Emotion und Dynamik in die Gestaltung zu bringen, ist die Nutzung der Verläufe wünschenswert. Kann aus drucktechnischer Sicht kein guter Verlauf erzeugt werden, kann auch auf eine einfache Flächendarstellung ohne Verlauf zurückgegriffen werden.

Im Folgenden werden mögliche Anwendungen und Kombinationen mit den anderen Gestaltungselementen dargestellt.

Primärfarben



Radialer Verlauf



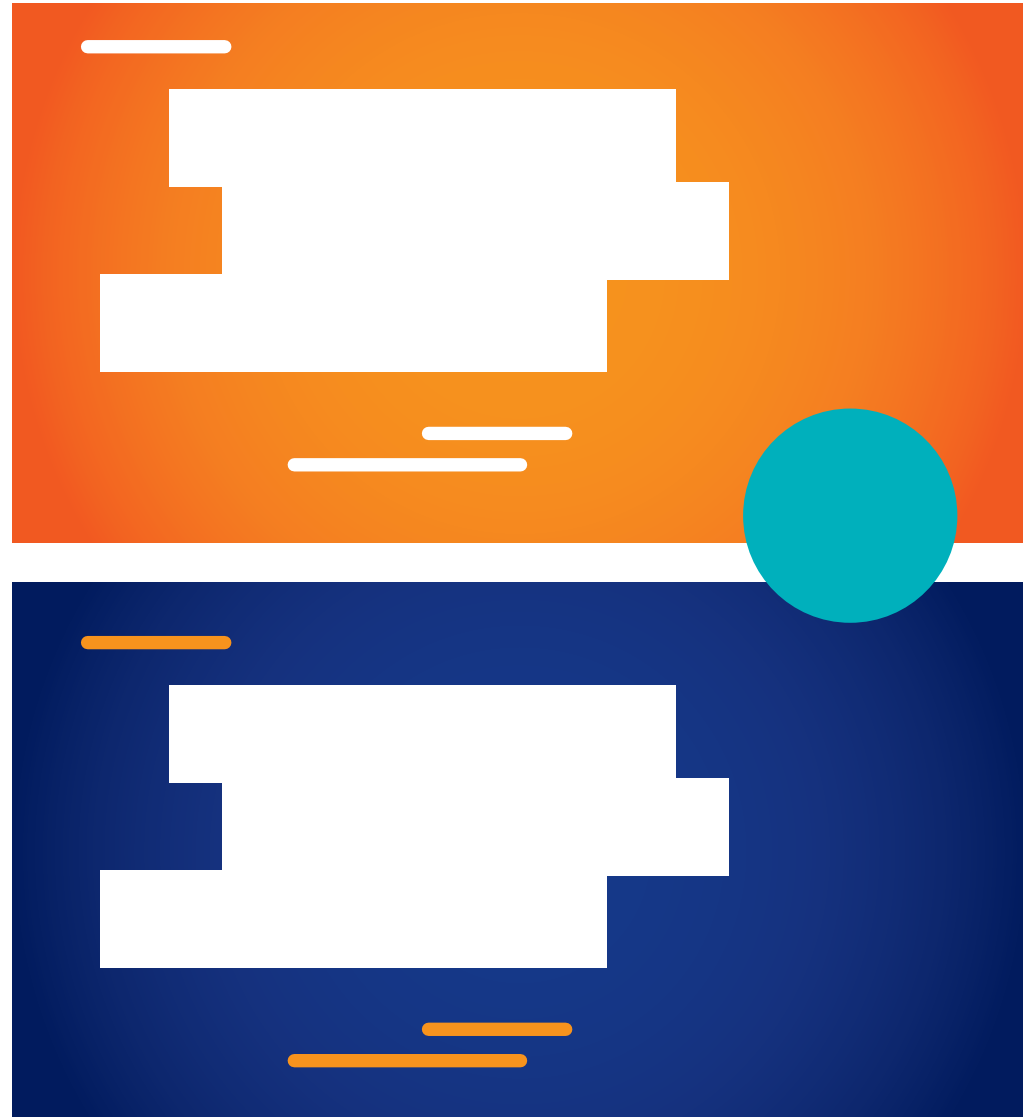
Linearer Verlauf



4.3

Basiselemente | Grafische Elemente und Headlinebalken

Balken und Linien sind weitere Elemente, die in der Gestaltung eine Rolle spielen sollen. Sie dienen der Hervorhebung, Markierung und Belebung der Gestaltung. Der Kreis ist als Form dem Störer vorbehalten.



Hier steht
eine
Headline

Hier steht die Headline

Hier steht
die Headline

Headlines stehen im Balken. Auf farbigen Untergründen werden weiße Balken präferiert. Sie können einzeilig oder mehrzeilig sein, wobei sich die Balken einer zusammenhängenden Headline immer berühren.

Die Konstruktion der Balken ist unten erläutert.

Der Abstand der Schrift zum Balkenrand beträgt $\frac{1}{3}$ der Versalhöhe

Konstruktion

4.5

Basiselemente | Beispielhafte Möglichkeiten

Mit den Basiselementen hat man vielfältige Möglichkeiten für die Gestaltung der Kommunikationsmaßnahmen. Das Straßennetz ist ein essenzieller Bestandteil der Wahrnehmung, kann aber, wie hier angedeutet, mit den anderen Elementen vielfältig kombiniert werden. Die hier abgebildeten Kombinationen sind nur eine Auswahl an Varianten.

Straßennetz mit Verlauf + Fläche mit Verlauf



Begrenzungen durch Straßenverläufe



Straßennetz mit Verlauf



Unterleger auf weißem Hintergrund (hier: 20% Blau)



Straßenformen als Bildrahmen



Straßennetz + Fläche + Headline + Grafik



Straßennetz + Fläche + Headline + Grafik



Zwischenräume als Flächen



4.6

Basiselemente | Beispielhafte Anwendung

Hier eine beispielhafte Gestaltung mit den Basiselementen. Dabei handelt es sich nur um eine Möglichkeit der Anwendung des Manuals. Es ist natürlich ebenso möglich Bilder zu platzieren, die Farben zu variieren, etc.

Hier steht eine Headline

An der Stelle kann eine erläuternde Subline stehen.

Hier steht ein Störer
Er beinhaltet Informationen.

Hannover sauber!

Gemeinsam für eine schöne Stadt.

Das Akteursnetzwerk für eine schöne Stadt.

aha Landeshauptstadt Hannover | ÜSTRA enercity | Continental | NDR

hannover-sauber.de
#hannoversauber

Hintergrund mit radialem Verlauf und Straßennetz

Headlinebalken

Linien als belebende grafische Elemente

Störer

Weißer Fläche begrenzt durch den Straßenverlauf im Straßennetz

Partnerabbinder

Kommunikationsblock



Gemeinschaft
fördern.



Verantwortung
teilen.



Zusammen
handeln.

Zum besseren Verständnis der Philosophie von „Hannover sauber!“ können in der Kommunikation die Mini-Visuals eingesetzt werden. Die Erklärungszeile kann auch vom Visual gelöst platziert werden.

Ansprechpartner



Helene Herich
aha Zweckverband Abfallwirtschaft
Region Hannover
Leiterin Unternehmenskommunikation
Karl-Wiechert-Allee 60 C
30625 Hannover

T 0511 9911-47991

F 0511 9911-479 2

M 0151 16121411

helene.herich@aha-region.de

www.aha-region.de

Konzeption und Gestaltung:
B&B. Markenagentur GmbH
Georgstraße 56
30159 Hannover
T 0511 280610
kontakt@bundb.de
bundb.de