



Projekt: PlatzKultur
ein Fokus auf den Franz-Neumann-Platz

STYLEGUIDE

Inhaltsverzeichnis

„Wo gehts hier lang?“

1.	Einleitung	Seite 3
2.	Logo I (Stand Alone)	Seite 4
3.	Logo I Varianten (s/w)	Seite 5
4.	Logo I Varianten (Farbe)	Seite 6
5.	Logo I Schutzzonen und Verbote	Seite 7
6.	Logo I Anwendungsbeispiele	Seite 8

EINLEITUNG

Projekt: PlatzKultur

Das Projekt „*Platzkultur*“ und seine damit verbundene Aufwertung des teilweise brachliegenden Franz-Neumann-Platzes lag uns sehr am Herzen da wir aus der näheren Umgebung stammen und uns mit ihm und seiner Geschichte verbunden fühlen. Dementsprechend hoch motiviert sind wir an die Erarbeitung der Logos und ihrer Wirksamkeit herangegangen. Wir wollten ein Logo erstellen was Aufmerksamkeit erlangt, eine klare und einfache Aussage hat, zudem verständlich, originell und zeitlos ist. Sein hoher Wiedererkennungswert ist ein weiterer wichtiger Punkt der uns sehr wichtig war und ist. Wir möchten das sich die Marke „*PlatzKultur*“ und die Kunstveranstaltung etabliert, zu einem alljährlich wiederkehrenden Event wird und in der Bevölkerung sowie bei den Künstlern großen Zuspruch findet. Folgend nun die Erläuterungen der zwei Logo Vorschläge:



Die Idee hinter unserem ersten Logo war die Symbolisierung des Franz-Neumann-Platzes in Kombination mit der Veranstaltung. Die einprägsame dreieckige Form des Platzes mit der gegenüberliegenden Häuserfront bildet die Basis. Die Pfeile stellen die Kommunikation und den Austausch der verschiedenen Kulturen und Menschen dar. Diese versuchen aus der eher schmucklosen

Aufmachung des Franz-Neumann-Platzes heraus zu brechen um die Menschen auf die Kulturveranstaltung aufmerksam zu machen und wieder zum Platz zu führen.





Das Logo in seiner Schwarz/Weiß Reinform.
Verwendet wurde die Futura Font-Familie. Hier zu sehen
sind die Varianten Futura ND Bold und Futura ND Light



Das Logo mit dezenter grauer Untersetzung.
Weiterhin werden die Varianten Bold / Light verwendet.
Optimal für Briefköpfe und förmliche Anlässe.



Das Logo in invertierter Form. Umsetzung schwarz-weiß auf
schwarzem oder dunkel farbigem Hintergrund.



Das Orange im Logo symbolisiert Aufgeschlossenheit, optimismus und Kontaktfreude. Das Hellblau die geistige Offenheit.

Hier wurden die Futura ND Varianten Bold und Light verwendet.



Das in verschiedenen grüntönen gehaltene Logo charakterisiert die im Sommer blühende Flora & Fauna auf dem Franz Neumann Platz.

(Futura ND Demibold / Book)



Die verspielte Farbkombination aus Magenta und dem blassen Blauton spiegelt den Idealismus und die Dankbarkeit der Veranstaltung wieder.

(Futura ND Demibold / Light)



Das eher schlicht und kühl gehaltene Farbspiel aus blau und grau gibt dem Logo eine Ruhe und Schönheit gepaart mit einer sanften Neutralität.

Das „P“ steht hier als Kapitälchen. (Futura ND Bold / Medium)

SCHUTZZONEN

„Platz muß sein“



Ein Logo verlangt nach Luft und Platz um richtig wirken zu können. Dabei kann ihm nie genug Raum gegeben werden. Jedoch sollte bei der Positionierung des Logos eine „Mindestschutzzone“ eingehalten werden. Sie gilt sowohl für die Positionierung zum Seitenrand hin als auch für den Abstand zu anderen Objekten im Layout. Für die Schutzzone gilt

links, rechts sowie oben und unten ein Mindestabstand von 20% des Gesamtseitenverhältnis. In der Beispielgrafik können Sie sich einen ungefähren Überblick verschaffen wie viel Platz das Logo mindestens benötigt.

VERBOTE

„Wie man es nicht macht!“



Nicht die Seiten tauschen!



Kippen nur um 90°!



Keine andere Schriftart!



Nicht asymmetrisch skalieren!



Nicht über / untereinander platzieren!



Keine Konturen!

Anwendungsbeispiele

„Das sieht aber schön aus“



Durch seine anschmiegsame runde Passform fügt sich das Logo perfekt in jede Komposition ein. Es verschmilzt mit seiner Umgebung und wirkt nicht Aufdringlich. Wegen seiner hohen Anpassungsfähigkeit gibt es kaum Einsatzgebiete in denen es keine Verwendung findet.

Kulturveranstaltung

Franz - Neumann - Platz

Herr
Stefan Schmidt

Hardenbergplatz 2
12835 Berlin

Bitte um Neuberechnung der Vertragsnummer
Urteil des Bundesgerichtshof IV ZR 245/03, IV ZR 177/03 und IV ZR 162/03 vom 12.10.2010

Sehr geehrter Herr Schmidt,

der o.g. Vertrag wurde in einer früheren Phase seiner Laufzeit (zutreffendes auswählen)

- gekündigt.
- beitragsfrei gestellt.

Wie ich jetzt durch die Urteile des Bundesgerichtshofes vom 12.10.2010 erfahren habe, haben Sie mir seinerzeit möglicherweise nicht den vollen, mir zustehenden, Rückkaufswert erstattet und unberechtigt einen Stornoabzug verlangt.

Dem o.g. Vertrag lag die gleiche bzw. eine inhaltsgleiche Klausel wie in den vom BGH entschiedenen Fllen zugrunde.

Ich bitte daher um Übersendung einer nachvollziehbaren Vergleichsabrechnung auf Basis des halben ungezillerten Deckungskapitals ohne Stornoabzug. Sollte der entsprechende Wert zzgl. 4 % Zinsen ab Wirksamwerden der Kündigung/Beitragsfreistellung höher ausgefallen sein, als der von Ihnen ausgezahlte, bitte ich um Überweisung auf das Bankkonto bei der

Bank, Sitz	Kontonummer	Bankleitzahl
Der Beantwortung meines Schreibens sehe ich bis zum (3 Wochen ab Briefversand) entgegen.		
Anderenfalls werde ich mit Unterstützung der Verbraucherzentrale Hessen den zulässigen Rückkaufswert/Wert der Beitragsfreistellung ermitteln und meine Forderung um diese weiteren Kosten erhöhen.		
Ich bitte ferner darum, bei dieser Gelegenheit mir gegenüber schriftlich mitzuteilen, ob Sie auf die Einrede der Verjährung verzichten. Mit freundlichen Gren		
Ort, Datum	Unterschrift des Versicherungsnehmers	

Franz - Neumann - Platz
13409 Berlin - Reinickendorf

U - Bahn 8 Franz - Neumann - Platz
Bus 128, 250, 327

Berliner Volksbank
KtNr 100178900
BLZ 100 500 50

Tel.: 030 - 555 5133106
E-Mail: franz-neumann@platz.de

Genauso gut eignet sich das Logo für förmliche Schreiben oder Informative Rundschreiben. Durch sein zeitloses Aussehen wirkt es weder zu Jung noch zu Alt. Deswegen ist es für alle Anlässe und Zielgruppen passend.



Auch als Marke auf einer Visitenkarte passt sich das Logo gut an und wirkt nicht deplatziert.

