



Styleguide

IHK für München und Oberbayern

01	BASISELEMENTE	3			
	1.1	Logo	4		
	1.2	Schriften	11		
	1.3	Farben	15		
	1.4	Label	17		
	1.5	Bildsprache	20		
	1.6	Ikonografie	26		
	1.7	Pattern & Default Background & Skylines	29		
	1.8	Grafiken, Tabellen & Karten	32		
	1.9	Submarken & Kampagnen-Signets	39		
	1.10	Social Media Block	53		
02	MEDIEN	57			
	2.1	Printmedien	58		
	2.1.	Informationen	59		
	2.1.1	Einladungen (DIN A4, DIN lang)	60		
	2.1.2	Infokarten & -flyer (DIN lang)	66		
	2.1.3	Broschüren (DIN A4 + DIN A5)	75		
	2.1.4	Studien (DIN A4)	83		
	2.1.5	Positionen	85		
	2.1.6	Merkblätter	87		
	2.1.7	Beschlussvorlagen	88		
	2.2	Digitale Formate	89		
	2.2.	Informationen	90		
	2.2.1	Fotoposts & Eventposts	92		
	2.2.2	Infografiken	96		
	2.2.3	Zahl der Woche & IHK-Services	97		
	2.2.4	Animierte GIFs	98		
	2.2.5	Social Media Kampagnen	99		
	2.2.6	Online Banner	102		
	2.2.7	Bewegt看bild/Erklärvideos	103		
	2.2.8	Bewegt看bild (Videos)	105		
03	OFFICE	106			
	3.1	Schrift	107		
	3.2	Geschäftsausstattung	108		
	3.3	PowerPoint-Vorlagen	115		
	3.4	Urkunden & Zeugnisse	116		
04	BRANDING	122			
	4.1	Veranstaltungen	123		
	4.2	Roll-up	124		
	4.3	Plakate	126		
	4.4	Fahnen	127		
	4.4	Give Aways & Geschenke	128		
	4.5	Poolfahrzeuge	130		
05	SCHÜLER/-INNEN KOMMUNIKATION	131			
	5.1	Herleitung	132		
	5.2.	Layouts	133		
06	ONLINE-STYLEGUIDE (FIGMA)	136			
07	INFORMATIONEN FÜR AGENTUREN	137			

Der Styleguide ist für alle IHKs anwendbar. Die Logos, Skylines, Default Backgrounds und Pattern werden entsprechend angepasst.

1 BASISELEMENTE

IHK für München und Oberbayern

1.1 | LOGO

LOGO – DACHMARKE & SCHRIFTMARKE

Das Logo der IHK für München und Oberbayern setzt aus einer Bildmarke und der Schriftmarke „München und Oberbayern“ zusammen.

Die Bildmarke stellt zwei Quadrate in Beziehung zur emotional ansprechenden Form des Kreises. In der hellblauen Fläche ist als grafisches Zeichen der IHK für München und Oberbayern eine weiß-blaue Raute positioniert. Der Schriftzug „IHK“ in der dunkleren blauen Fläche kennzeichnet die Marke.

Im normalen Schriftgebrauch wird abweichend vom Logo „IHK für München und Oberbayern“ geschrieben. Spricht man von mehreren Industrie- und Handelskammern, heißt es IHKS.

DIE VERMASSUNG

Die beiden Quadrate basieren auf jeweils sechs horizontalen und vertikalen Quadraten. Der Stand der Schriftzuges „IHK“ ist in diesem Raster definiert.

TYPOGRAPHIE

Die Schriftmarke definiert sich auch in diesem Raster.

Die Zeile „München und“ ist oben bündig mit dem Schriftzug „IHK“, die Zeile „Oberbayern“ ist unten bündig mit dem Schriftzug „IHK“.

VARIANTE LOGO

Bei extremen Platzmangel kann die IHK Bildmarke ohne Schriftmarke verwendet werden. Dies sollte aber nur in Ausnahmefällen nach vorheriger Absprache erfolgen.



1.1 | LOGO | GRÖSSEN

LOGO – GRÖSSENANGABEN FÜR DIN-FORMATE

Das Logo hat feststehende Größen für die gängigen DIN-Formate. Das Logo wird hier über die Höhe des Bildzeichens definiert. Zwischengrößen werden proportional angepasst.

Die Mindestlogohöhe bei einer Nutzung des Logos mit Wortmarke beträgt 11 mm. Bei Logohöhen < 11 mm wird nur die Bildmarke verwendet.

Logohöhe	DIN A6	12,5 mm
Logohöhe	DIN A5	15 mm
Logohöhe	DIN lang	15 mm
Logohöhe	DIN A4	15,5 mm
Logohöhe	DIN A3	20 mm
Logohöhe	DIN A2	35 mm
Logohöhe	DIN A1	50 mm
Logohöhe	DIN A0	70 mm
Logohöhe	Roll-up (850 × 2.150 mm)	120 mm



MINDESTHÖHE 11 mm



VERWENDUNG BEI DIN A5, DIN LANG



VERWENDUNG BEI DIN A4



VERWENDUNG BEI DIN A3



VERWENDUNG BEI DIN A2

1.1 | LOGO | SONDERLOGO

LOGO – INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERN IN BAYERN

Die neun IHKs in Bayern haben sich im Bayerischen Industrie- und Handelskammertag e.V. zusammengeschlossen.

Die Bildmarke der BIHK beruht auf der allgemeinen Bildmarke der IHK und wird in der hellblauen Fläche durch eine einfarbig weiße Raute gekennzeichnet.

Die Schriftmarke des Bayerischen Industrie- und Handelskammertages e.V. lautet: „Industrie- und Handelskammern in Bayern“.

Die Bildmarke der BIHK findet bei gemeinsamen Veranstaltungen und Publikationen aller 9 bayerischen IHKs Anwendung.



Industrie- und Handelskammern
in Bayern

1.1 | LOGO | LOGO VARIATIONEN

LOGO – VARIATIONEN

Das Logo in der Farbversion liegt in Pantone und CMYK für Drucksachen sowie in RGB für Online- & On Air-Anwendungen vor. Es gibt zusätzlich eine Strichversion und 2 monochrome Darstellungen im Schwarz-Weiß (Graustufen)-Bereich.

Grundsätzlich findet in allen Bereichen das Logo in seiner farbigen Variante Anwendung.

Speziell im Online-Bereich sowie **nach vorheriger Rücksprache** bei Sonderformaten im Printbereich kann auch die monochrom-transparente Logoversion genutzt werden.

Im On Air-Bereich dient diese Variante als Corner Bug.

Die Strichumsetzung wird ausschließlich für Stempel, Prägungen und Faxvorlagen verwendet.

LOGOVERSION FARBE – POSITIV



■ OCEAN ■ 20% OCEAN ■ SCHWARZ

LOGOVERSION FARBE – NEGATIV



■ OCEAN ■ 20% OCEAN ■ WEISS

LOGOVERSION MONOCHROM TRANSPARENT – POSITIV



LOGOVERSION MONOCHROM TRANSPARENT – NEGATIV



LOGOVERSION MONOCHROM STRICHUMSETZUNG



1.1 | LOGO | LOGO MONOCHROM TRANSPARENT

- ☐ 80% WEISS
- ☐ 50% WEISS
- ☐ 25% WEISS



- 50% SCHWARZ
- 25% SCHWARZ
- 10% SCHWARZ



1.1 | LOGO | SCHUTZZONE

LOGO – AUFBAU DER SCHUTZZONE

Die Logoschutzzone ergibt sich aus der Höhe der Raute als Seitenlänge eines Quadrates.

LOGO – SCHUTZZONE AUF ALLEN 4 SEITEN BEI STANDARDFORMATEN

Schutzzone	DIN A6	umlaufend	8,3 mm
Schutzzone	DIN A5	umlaufend	10 mm
Schutzzone	DIN lang	umlaufend	10 mm
Schutzzone	DIN A4	umlaufend	10,3 mm
Schutzzone	DIN A3	umlaufend	13,3 mm
Schutzzone	DIN A2	umlaufend	23,3 mm
Schutzzone	DIN A1	umlaufend	33,3 mm
Schutzzone	DIN A0	umlaufend	46,6 mm
Schutzzone	Roll-up	umlaufend	80 mm



1.1 | CLAIM

CLAIM – WIRTSCHAFT FÜR ZUKUNFT

Der Claim – bestehend aus Text und Sockel – kann nur gemeinsam mit dem IHK Logo verwendet werden, ist jedoch nicht fester Bestandteil des Logos. Der Sockel trägt den Claimtext und positioniert diesen. Der Sockel in Verbindung mit dem Text wird immer randabfallend rechts unten oder oben im Format platziert.

Im Falle des Einsatzes von Partnerlogos auf einer Titelseite entfällt der Claim.

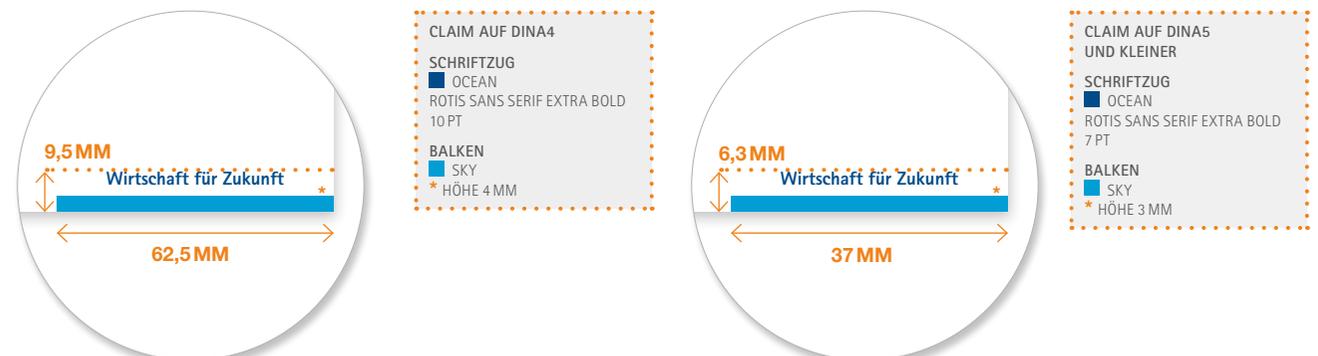
CLAIM VARIANTE POSITIONIERUNG OBEN, Z. B. BRIEFBOGEN



CLAIM VARIANTE POSITIONIERUNG UNTEN, Z. B. BROSCHÜREN UND FLYER



Wenn kein Claim verwendet werden soll, kann das Signet „#Gemeinsam“ vom DIHK – monochrom oder negativ – eingesetzt werden



1.2 | SCHRIFTEN | HAUSSCHRIFT ROTIS

ROTIS – VERWENDUNG

Die Rotis ist eine vielfältige Schriftfamilie und wird in folgenden Schriftschnitten angewendet. Bei der Gestaltung von Publikationen werden bevorzugt 2–3 Schnitte angewendet und ergeben so ein harmonisches Schriftbild.

Folgende Schriftschnitte finden Anwendung bei Submarken und Labels:

Titel/Marke ROTIS SERIF STD BOLD
Bühne ROTIS SANS SERIF STD EXTRA BOLD

Folgender Schriftschnitt findet Anwendung im Claim:

Claimtext ROTIS SANS SERIF STD EXTRA BOLD

Folgende Schriftschnitte finden Anwendung bei allen Publikationen mit Ausnahme von Präsentationen & online:

Copytext ROTIS SANS SERIF STD LIGHT
Headline/Subheadlines ROTIS SANS SERIF STD BOLD
Bildunterschriften/Quellen ROTIS SANS SERIF STD LIGHT ITALIC
Zitate, Infobox ROTIS SANS SERIF STD LIGHT ITALIC

Die beschriebenen Schriftschnitte sind vorrangig zu verwenden. Alle anderen Schriftschnitte können in Einzelfällen Anwendung finden.

Die folgende Darstellung und Übersicht der Schriftschnitte ist somit nur ein Auszug aus der gesamten Schriftfamilie.

ROTIS SERIF STD – BOLD

ABC 123

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

ROTIS SANS SERIF STD – LIGHT

ABC 123

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

ROTIS SANS SERIF STD – LIGHT ITALIC

ABC 123

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

ROTIS SANS SERIF STD – BOLD

ABC 123

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

ROTIS SANS SERIF STD – EXTRA BOLD

ABC 123

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

1.2 | SCHRIFTEN | AUSZEICHNUNGSSCHRIFT DIN1451 ENGSCHRIFT

DIN1451 ENGSCHRIFT – VERWENDUNG

Die DIN1451 Engschrift wird in Verbindung mit dem angeschnittenen Pfeil zum Highlighten besonders wichtiger Informationen verwendet.

Eine typische Anwendung sind beispielsweise Informationen zu Veranstaltungsort und Datum eines Events.

Die entsprechenden Informationen sind hierbei von der Textmenge knapp zu halten und dürfen keinesfalls den Charakter eines Fließtextes besitzen.

DIN1451 ENGSCHRIFT

ABC 123

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 &12345678**

36 The quick brown

24 The quick brown fox jumps

20 The quick brown fox jumps over the

18 The quick brown fox jumps over the lazy

16 The quick brown fox jumps over the lazy dog

14 The quick brown fox jumps over the lazy dog

12 The quick brown fox jumps over the lazy dog

10 The quick brown fox jumps over the lazy dog

8 The quick brown fox jumps over the lazy dog

7 The quick brown fox jumps over the lazy dog



1.2 | SCHRIFT | KORRESPONDENZSCHRIFT ARIAL

ARIAL – VERWENDUNG

Die Rotis ist die CI-Hausschrift. Daneben findet die Arial als Korrespondenzschrift Verwendung.

Die Arial wird ausschließlich in folgenden Bereichen verwendet:
Im Schriftverkehr auf Briefbögen, bei PowerPoint-Präsentationen oder in Excel.

Die Arial ist als Systemschrift auf allen Systemen bereits vorinstalliert.

.....
Folgende Schriftschnitte finden Anwendung bei der Korrespondenz:

Copytext	ARIAL REGULAR
Headline/Subheadlines	ARIAL BOLD
Bildunterschriften/Quellen	ARIAL ITALIC
Zitate/Infobox	ARIAL ITALIC

.....

Die beschriebenen Schriftschnitte sind vorrangig zu verwenden.
Alle anderen Schriftschnitte können in Einzelfällen Anwendung finden.

ARIAL – VERWENDUNG BEI SOCIAL MEDIA VORLAGEN

Für Social Media wird im Normalfall die kostenlose Google-Font Source Sans 3 (ehem. Source Sans Pro) verwendet.

Da aber nicht immer gewährleistet werden kann, dass alle Nutzer diese Schriftart installiert haben, wird für Social Media Vorlagen (z. B. Powerpoint) auch die Schrift Arial verwendet.

ARIAL – BOLD

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

ARIAL – REGULAR

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

ARIAL – ITALIC

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

1.2 | SCHRIFTEN | ONLINE SCHRIFT

SOURCE SANS 3 – VERWENDUNG (EHMALIG SOURCE SANS PRO)

Die Schrift Source Sans 3 wird als Online-Schrift für alle digitalen Medien und Webseiten verwendet.

Grundsätzlich ist darauf zu achten, die Informations- bzw. Textmenge der Facebookbilder und Infografiken soweit wie möglich zu reduzieren, da sie auch auf Smartphones erfassbar sein muss!

Folgende Schriftschnitte finden Anwendung bei der Korrespondenz:

Copytext SOURCE SANS 3 REGULAR
 Headline/Subheadlines SOURCE SANS 3 BOLD
 Bildunterschriften/Quellen. SOURCE SANS 3 REGULAR
 Zitate/Infobox. SOURCE SANS 3 REGULAR/BOLD

Kampagnenschrift REGULAR/BOLD
 Die beschriebenen Schriftschnitte sind vorrangig zu verwenden.
 Alle anderen Schriftschnitte können in Einzelfällen Anwendung finden.

Die Source Sans 3 kann zudem als Submarken- und Kampagnen-Schrift verwendet werden. Bei Submarken kommt Sie dann vor, wenn es sich um Onlineportale handelt (Bsp. Außenwirtschaftsportale), die auch weitestgehend nur online beworben werden.

Als Kampagnenschrift, wie zum Beispiel bei der Ehrenamtskampagne und der IHK Wahl, ersetzt die Source Sans 3 die Rotis sowohl in Print, als auch in Webmedien.

SOURCE SANS 3 – REGULAR

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

SOURCE SANS 3 – SEMIBOLD

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

SOURCE SANS 3 – BOLD

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

1.3 | FARBEN | PRIMÄRFARBEN

PRIMÄRFARBEN – VERWENDUNG

Die Primärfarbe Ocean leitet sich direkt aus dem Logo ab. Die zweite Primärfarbe Sky steht als leuchtende Akzentfarbe dem Dunkelblau zur Seite. Verschiedene Grautöne ergänzen die Primärfarben und definieren die IHK-Farbwelt. Die Blautöne sind dabei dominierend.

Farbauthentizität gewährleistet einen einheitlichen Auftritt. Um diese zu garantieren, müssen die Farben nach festen Werten definiert werden. Verschiedene Farbsysteme stehen für die Definition zur Verfügung.

Im Printbereich finden die Farben entweder in der CMYK-Variante (z. B. Broschüren, Flyer und mehrfarbige Printpublikationen) oder als Sonderfarben (z. B. Geschäftsausstattung, einfarbige Werbemittel) Verwendung. RGB-Farbwerte werden ausschließlich im Online- und On Air-Bereich eingesetzt.



OCEAN

C 100 M 58 Y 0 K 28

PANTONE 294

R 0 G 51 B 102

RAL 5005

AVERY PC-876 NAVY BLUE

HEX #003366



SKY

C 100 M 0 Y 10 K 0

PANTONE PROCESS CYAN

R 0 G 158 B 212

AVERY PC-809 BLUE OCEANO

HEX #009ED4



TITAN

C 0 M 0 Y 0 K 80

PANTONE 179-10C

R 88 G 88 B 90

AVERY PC-881 DARK GREY

HEX #58585A



OCEAN 20 %

C 100 M 58 Y 0 K 28 20 %

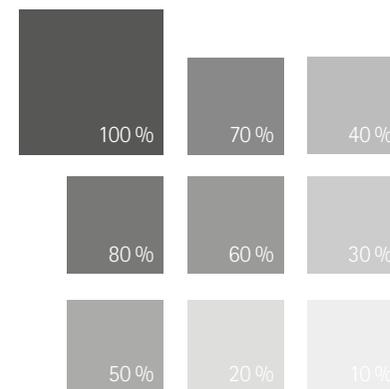
PANTONE 294 20 %

R 0 G 51 B 102 20 %

RAL 5005 20 %

HEX #003366 20 %

**FINDET AUSSCHLIEßLICH IM
LOGO ANWENDUNG!**



1.3 | FARBEN | SEKUNDÄRFARBEN

SEKUNDÄRFARBEN – VERWENDUNG

Als Ergänzung zu den Primärfarben gibt es eine Farbpalette mit frischen Sekundärfarben, die der Farbwelt der IHK einen modernen Charakter geben und leuchtende Akzente setzen.

Bei Publikationen im Print- und Online-Bereich werden in der Regel maximal 2 Sekundärfarben als Ergänzung zu den Primärfarben ausgewählt.

Anwendung finden sie beispielsweise in der Gestaltung von Infografiken und Diagrammen, bei Icons oder Highlights in der Headlinegestaltung und Farbbalken.

SONDERFALL

Im Bedarfsfall kann für die Verwendung in Infografiken, Diagrammen und Pattern die Primärfarbe Sky aufgerastert verwendet werden. Andere Farben des IHK Corporate Designs dürfen nicht aufgerastert werden.



LIME

C60 M0 Y100 K0

PANTONE 368 C

R 118 G 184 B 42

HEX #76B72A



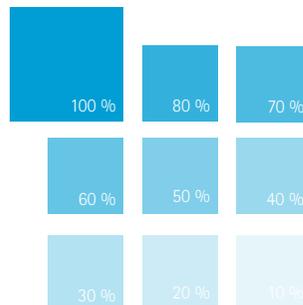
MANDARIN

C0 M58 Y94 K0

PANTONE 151 C

R 240 G 130 B 26

HEX #F08119



HIBISCUS

C0 M99 Y80 K0

PANTONE 185 C

R 228 G 13 B 46

HEX #E40D2E



SUN

C0 M19 Y95 K0

PANTONE 116 C

R 255 G 206 B 0

HEX #FFCE00



MAUVE

C45 M78 Y2 K0

PANTONE 2583 C

R 159 G 80 B 152

HEX #9E5098



STONE

C0 M0 Y0 K40

PANTONE 175-2 C

R 177 G 179 B 180

HEX #B1B3B4

SKY

C 100 M 0 Y 10 K 0

PANTONE PROCESS CYAN

R 0 G 158 B 212

1.4 | LABEL | AUFBAU TITEL-LABEL



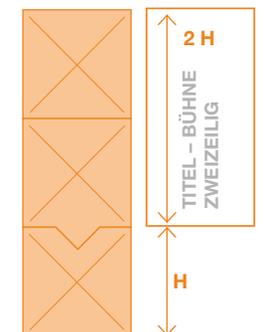
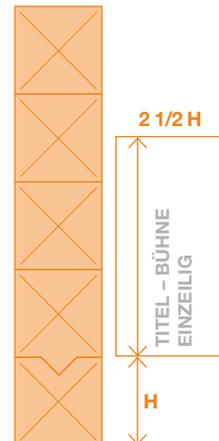
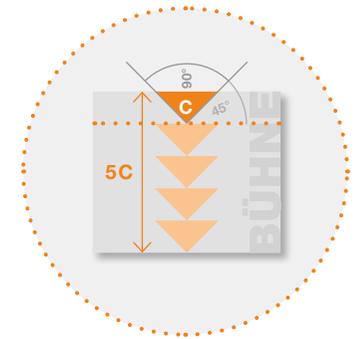
- OCEAN
 - WEISS
 - ROTIS SERIF STD BOLD
-
- SKY
 - WEISS
 - ROTIS SANS SERIF STD EXTRA BOLD

Für genaue Bemaßungen der maximalen Höhe und Breite siehe bitte die jeweiligen Printprodukte.

DETAIL CUTOUT



Der Cutout ist präferiert horizontal mittig unter dem ersten Buchstaben der größeren Headlinezeile positioniert.



Bei langen Sublines kann diese auch 2-zeilig gesetzt werden. Die Bühne ist dann im Verhältnis zum Titelbereich höher.

1.4 | LABEL | DO'S & DONT'S

LABEL – SCHRIFTGRÖSSEN

Die Schriftgrößen innerhalb des Labels sind nicht festgelegt. Sie richten sich nach der Textmenge, wobei aus optischen Gründen ein ausgewogenes Verhältnis innerhalb der Typografie der Marke und zur Bühne geschaffen werden muss. Extreme Platzierungen und einheitliche Schriftgrößen sind zu vermeiden, um ein positives Spannungsverhältnis zwischen den einzelnen Textzeilen zu erzeugen.

DO'S



Ein ausgewogenes Verhältnis der Schriftgrößen im Titelbereich und in der Subline führen zu einem harmonischen Ergebnis.

DONT'S



Zu geringe Schriftgröße in Titel- und Bühnenbereich



Falscher Schriftschnitt im Titelbereich



Kein ausgewogenes Verhältnis der Schriftgrößen in Titelbereich und Bühne



Textzeilen willkürlich platziert – zu viel Freiraum im Titelbereich

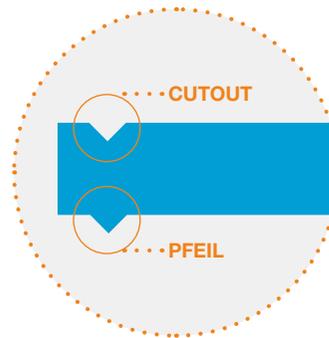
1.4 | LABEL | DO'S & DONT'S

CUTOUT/PFEIL – ANWENDUNG

Für die Anordnung von Cutout und Pfeil an der Bühne gibt es verbindliche Regeln. Grundsätzlich hat ein Textbalken nur einen Cutout und/oder einen Pfeil. Vorzugsweise ist die Ausrichtung des Pfeils nach unten. Beim Cutout ist die Ausrichtung hingegen frei wählbar. Hierdurch wird ein homogenes Erscheinungsbild gewährleistet.

DO'S

Feld für Textzeile



DONT'S

Feld für Textzeile

Cutout – nicht zerrren

Feld für Textzeile

Pfeil – nicht zerrren

Feld für Textzeile

Cutout – nicht kantengenau platziert

Feld für Textzeile

Pfeil – nicht kantengenau platziert

Feld für Textzeile

Cutout – falsches Größenverhältnis zur Bühne

Feld für Textzeile

Pfeil – falsches Größenverhältnis zur Bühne

Feld für Text

Cutout darf Text nie anschneiden

Feld für Textzeile

Pfeil – nicht seitlich oder nach oben platzieren

1.5 | BILDSPRACHE | MANDARIN



BILDSPRACHE – AUSWAHLKRITERIEN

Für Broschüren, Flyer und mehrseitige Publikationen werden stark fokussierte Motive bevorzugt. Hierbei ist darauf zu achten, dass durch Schärfe/Unschärfe sowie ungewöhnliche Anschnitte des Motivs Spannung entsteht und dadurch Aufmerksamkeit & Neugierde beim Betrachter geweckt wird.

Eine moderne Bildsprache und freundliche, helle Farben bestimmen die Bildwelt.



1.5 | BILDSPRACHE | SKY



1.5 | BILDSPRACHE | LIME



1.5 | BILDSPRACHE | MAUVE



BILDSPRACHE – AUSWAHLKRITERIEN

Bei Plakaten, Anzeigen und Promoflyern kann die Bildsprache und der „Look“ des Motivs stärker variieren, um unterschiedliche Zielgruppen gezielter anzusprechen.

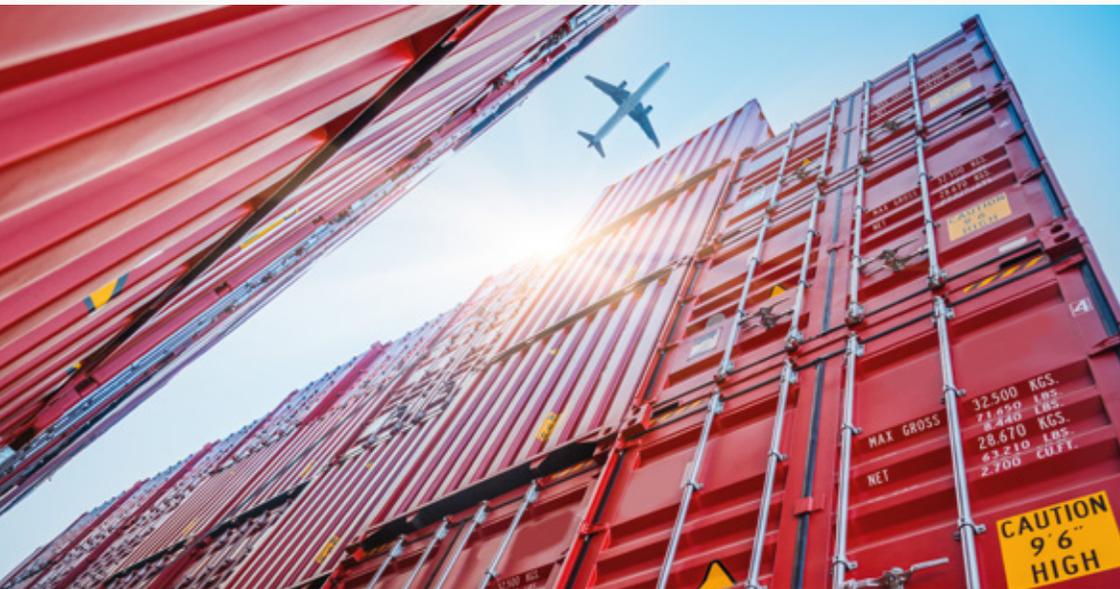
Motiv können hierbei Gegenstände und Personen, aber auch abstrakte Details sein. Allen Motiven gemeinsam sollte hierbei eine reduzierte und moderne Bildsprache mit einem hohen Wiedererkennungswert sein.



1.5 | BILDSPRACHE | SUN



1.5 | BILDSPRACHE | HIBISKUS



1.6 | IKONOGRAFIE | ICONS

IHK ICONS

Alle Icons dieser Seite können Sie downloaden:

[ihk-muenchen.de/Microsites/Styleguide/Basiselemente/Ikonografie](https://www.ihk-muenchen.de/Microsites/Styleguide/Basiselemente/Ikonografie)

Dem vorliegenden Iconset können weitere Icons hinzugefügt werden.

Die Icons sind immer flächig und in ihrer Form stark reduziert.

ABSTRAKTES



WIRTSCHAFT UND PRODUKTION



PAPIER UND PRODUKTION



PERSONEN UND KOMMUNIKATION



DIGITALES



KONTAKTICONS

Diese Icons werden vor den Kontaktangaben gesetzt;
Der Web-Pfeil ersetzt zudem das „www“ vor URLs.



Telefon



URL



E-Mailadresse



Telefax



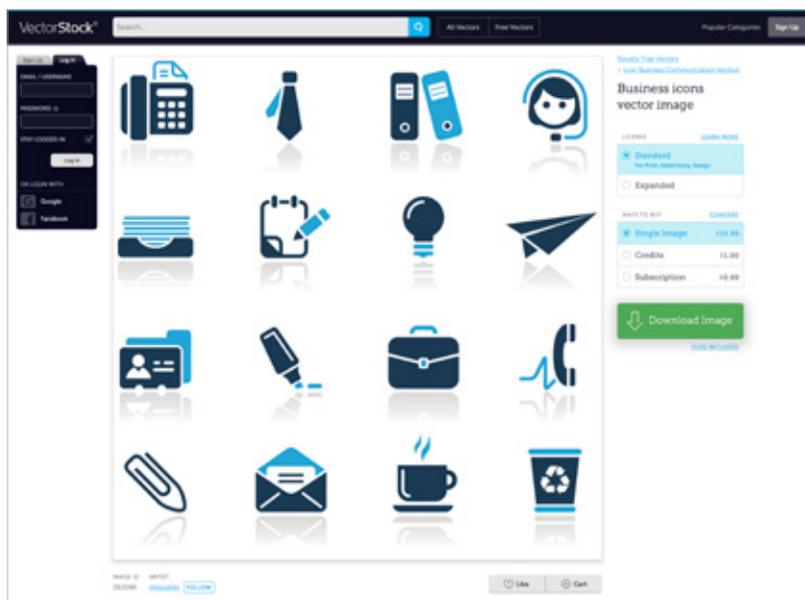
Mobil

1.6 | IKONOGRAFIE | ICONS

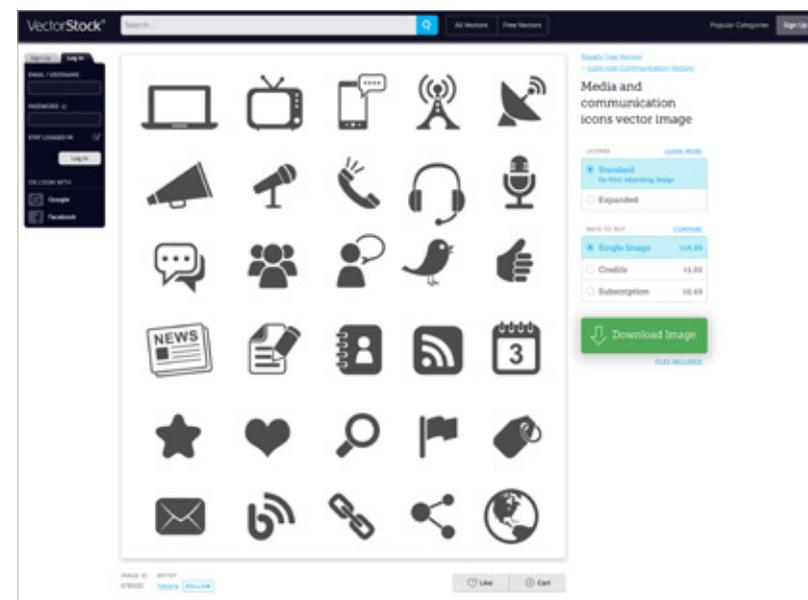
WEITERE ICONS

Hier finden Sie ein Beispiel für Anbieter unterschiedlichster Icons.

Dort gibt es viele Icons, die eine CD-konforme Gestaltung ermöglichen. Zum Teil werden die Icons unverändert verwendet, meistens jedoch werden sie an der ein oder anderen Stelle angepasst.



vectorstock.com/royalty-free-vector/business-icons-vector-292098



vectorstock.com/royalty-free-vector/media-and-communication-icons-vector-678930

1.6 | IKONOGRAFIE | ANWENDUNGSBEISPIELE

IKONOGRAFIE – VERWENDUNG

Informationen können durch Verwendung von Infoboxen, bestehend aus Bühne mit Icon und Headline, besonders hervorgehoben werden.

Diese können z. B. bei Broschüren eine Spalte im Satzspiegel belegen und dienen somit einer schnellen Navigation durch die Inhalte.

Außerdem werden Icons in Grafiken oder Diagrammen verwendet, auch können sie gut als Eyecatcher oder zur Text- und Stichpunktstrukturierung dienen.

schon gewusst? 

Gesetz zur Solarenergie

Aditis doluptae. Imos sam errovit esequis reic tem neture valor sequi dellab id quun-tempos ma dolore aspercient et fugiass inctem harum es et dioriti omnis mod mo doluptur

Zur Info 

Cepratibus consequi isimporum re, corempe rpsitis tintem quam fugitesequia con consequesum rest escientur ab ium idignat isquam samet vel id mosae. Ut endita volest lab inumquias unt restionest, sitiure velen.

mehr zum Thema

ihk-muenchen.de/energiepolitik

Fazit 

- *Ut latur as deliquatas sunt, sunt odis maiora neseq mala ipsanim et andipsum aut eaque.*
- *Magnis que valores sequia venis eum audio.*
- *Eum ipid et dolore si beat.*
- *Osam ditisi aut verferibus.Ugiae nos none num ut porum, conet fact mintior esturi.*

DIN LANG FLYER

Beschleunigtes Fachkräfteverfahren

Das Fachkräftenwanderungsgesetz sieht erstmals die Möglichkeit eines beschleunigten Fachkräfteverfahrens für qualifizierte Fachkräfte vor. Hierzu schließen Sie als Arbeitgeber – mit Vollmacht der Fachkraft – einen Vertrag mit der zuständigen Ausländerbehörde ab. Die Dauer des Verfahrens kann dadurch deutlich verkürzt werden.

Die wichtigsten Schritte im Einzelnen:

- Beratung zum Anerkennungsverfahren**
Wir empfehlen Ihnen, sich vorab über die Chancen der Anerkennung der beruflichen Qualifikation der Fachkraft und den Nutzen eines beschleunigten Verfahrens in Ihrem konkreten Fall beraten zu lassen. Für IHK-Berufe hilft Ihnen die IHK für München und Oberbayern weiter.
- Vereinbarung**
Der Arbeitgeber schließt mit der Ausländerbehörde eine Vereinbarung über die Durchführung des beschleunigten Verfahrens ab. Diese beinhaltet unter anderem Bevollmächtigungen und Verpflichtungen des Arbeitgebers, der Fachkraft und der beteiligten Behörden sowie die einzuhaltenden Fristen.
- Anerkennungsverfahren**
Die Ausländerbehörde stößt das Anerkennungsverfahren (Kapitel 4) an und unterstützt den Arbeitgeber bei der Durchführung. Die Anerkennungsstelle muss nach Vorliegen aller Unterlagen das Verfahren in maximal 2 Monaten abschließen.
Die Ausländerbehörde holt die Zustimmung der Bundesagentur für Arbeit ein, prüft die ausländerrechtlichen Einreisevoraussetzungen und erteilt eine Vorabstimmung.
- Visumantrag**
Mit der Vorabstimmung bucht die Fachkraft einen Termin zur Visumbeantragung bei der zuständigen deutschen Auslandsvertretung. Die Auslandsvertretung ist verpflichtet, einen Termin innerhalb von drei Wochen anzubieten.
- Visumerteilung**
Die Auslandsvertretung prüft die Identität und entscheidet innerhalb von drei Wochen über den Visumantrag.

BROSCHÜRE

4 | UMFASSEND AKTIV – SO HELFEN BIHK UND IHK

Umfassend aktiv – so helfen BIHK und IHK bei der Flüchtlingsintegration

Gemeinam wollen die Bayerische Staatsregierung, die Regionalregierung Bayern des Bundesagentur für Arbeit und die bayerische Wirtschaft die Integration von Flüchtlingen vorantreiben – so beschließen sie ab im Oktober 2016 in ihrer Vereinbarung „Integration durch Ausbildung und Arbeit“. Der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) ermittelte daraufhin sechs Leuchtturmprojekte, die nun gemeinsam umgesetzt werden.

Dies sind die Leuchtturmprojekte auf einen Blick:

- Qualifizierung von Ausbildungs- und Personalverantwortlichen in IHK-Ausbildungsstellen
- Berufshilfen, Ausbildungsstellen und -vermittlung, Sprachförderung
- Auf- und Ausbau von Unterstützungsstrukturen für Ausbildungsbetriebe und Auszubildende: Jobbegleiter und Ausbilderassistenz
- Entwicklung und Aufbau eines Kompetenzfeststellungs- und Potenzialanalyseverfahrens für einen ersten Qualifikationscheck
- IHK-Teilqualifikationen für 0-25-jährige Flüchtlinge
- Bildungseinrichtungen für die Aufgaben und Herausforderungen in der Flüchtlingsarbeit ermöglichen

Der IHK für München und Oberbayern beteiligt sich an der Initiative der Fachkräfteagentur „Aktiv und integriert“ vieler anderer Partner. BIK war die zentrale, stetig BIKs unsere Oberziele.



1.7 | PATTERN & DEFAULT BACKGROUND & SKYLINES | PATTERN

PATTERN

Das Pattern besteht aus einem Element, das beliebig oft wiederholt und aneinandergereiht wird. Die Farbigkeit sowie Anordnung ist variabel und kann ganz auf das Medium angepasst werden.

Das Element, welches sich wiederholt, leitet sich entweder aus dem IHK-Logo ab, oder hat einen regionalen Bezug zur entsprechenden IHK.

Das Pattern findet dort Einsatz, wo es ein wichtiger optischer Hingucker sein soll. Zum Beispiel:

- Titel von Printmedien
- Messewände & Roll-ups
- Kfz-Beschriftungen
- Social Media Header

In Ausnahmefällen kann das Pattern auch in abgeschwächter Form in den Hintergrund von z. B. Formularen gesetzt werden.

Merke: Pattern werden nur selten als Hintergrund-„Deko“ benutzt, sondern sind meist der Blickfang/Hauptmotiv.

SOCIAL MEDIA HEADER



MAPPEN



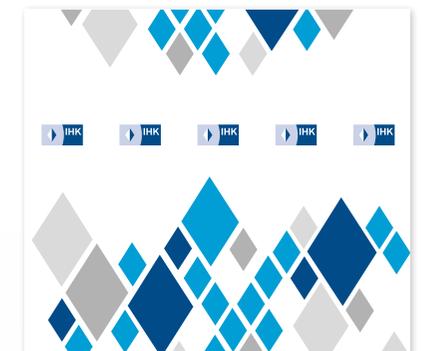
FLYER



ROLL-UP



WEBINAR RÜCKWAND



POWERPOINT-TITEL



1.7 | PATTERN & DEFAULT BACKGROUND & SKYLINES | DEFAULT BACKGROUND

DEFAULT BACKGROUND

Default Backgrounds sind Collagen aus viele verschiedenen Elementen, welche u.a. die Punktekarte der Region und verschiedene Formen und Icons aufgreifen.

Diese Elemente werden immer beliebig angeordnet und können auf farbige Hintergründe platziert werden. Auch dürfen Elemente weggelassen werden.

Default Backgrounds werden oftmals als Hintergründe (Background = Hintergrund) eingesetzt und sind daher eher dezent gehalten. Zum Beispiel:

- Hintergrund für Social Media Posts
- Hintergrund für Grafiken
- Titel Header oder Hintergrund von PowerPoint Folien

Bei Bedarf kann der Default Background auch als Titelmotiv genutzt werden. Hierfür wird dieser meist durch einen farbigen Hintergrund ergänzt (z. B. 10 % SKY, oder 10 % Titan)

Merke: Default Backgrounds werden nur selten als Blickfang/Hauptmotiv genutzt, sondern eher als Hintergrund-„Deko“.

SOCIAL MEDIA POSTS HINTERGRÜNDE



POWERPOINT TITEL HEADER



GRAFIKEN HINTERGRÜNDE



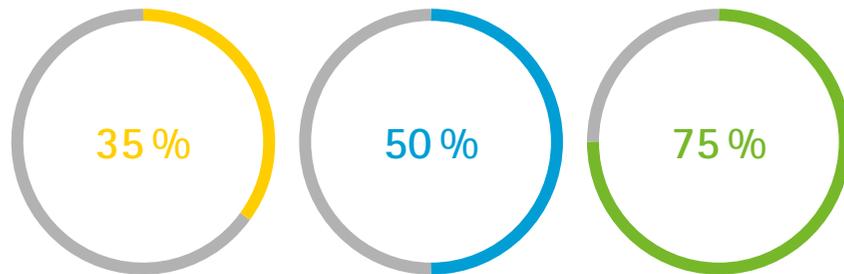
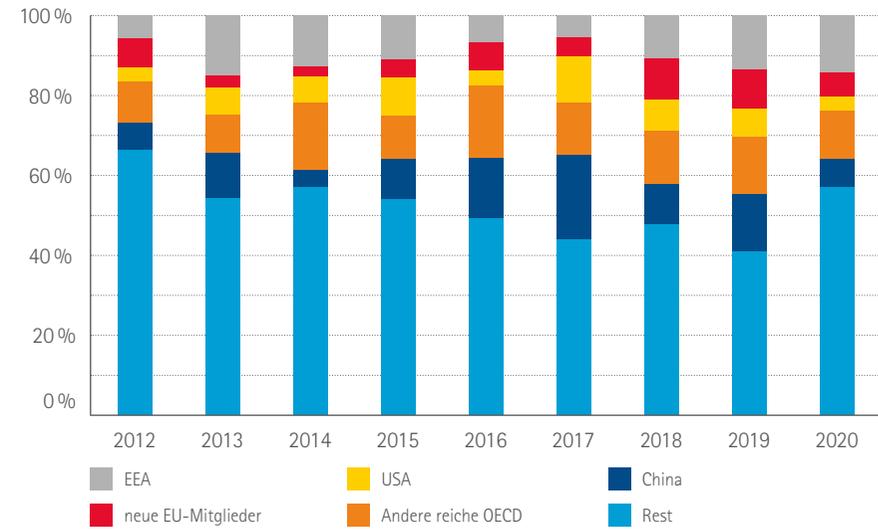
PRINTMEDIEN
TITELMOTIVE



Der Default Background darf auch auf weiß stehen. Alle weißen Icons werden dann abgestuft Sky oder abgestuft Titan. (Bsp. Social Media Zitatpost)



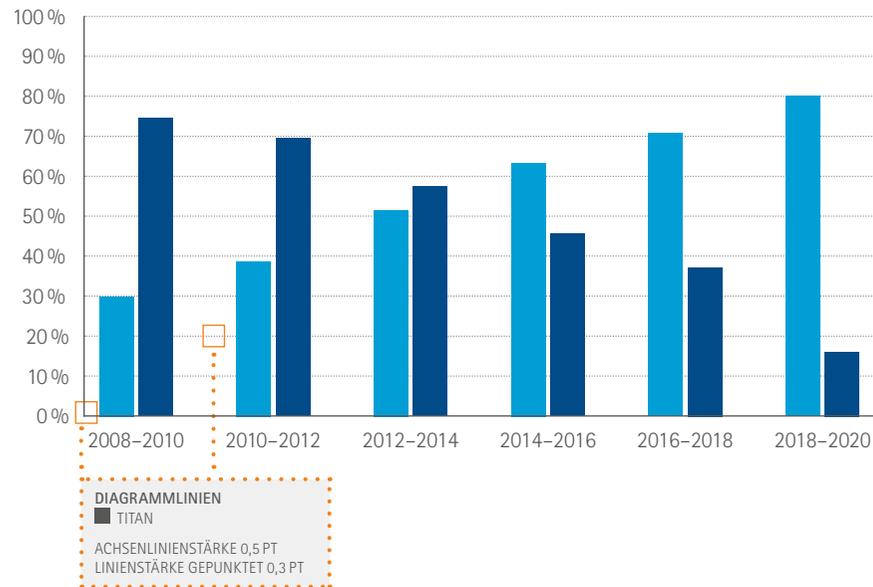
1.8 | GRAFIKEN, TABELLEN & KARTEN | SÄULENDIAGRAMME & RINGCHARTS



1.8 | GRAFIKEN, TABELLEN & KARTEN | BEMASSUNG – DIAGRAMME

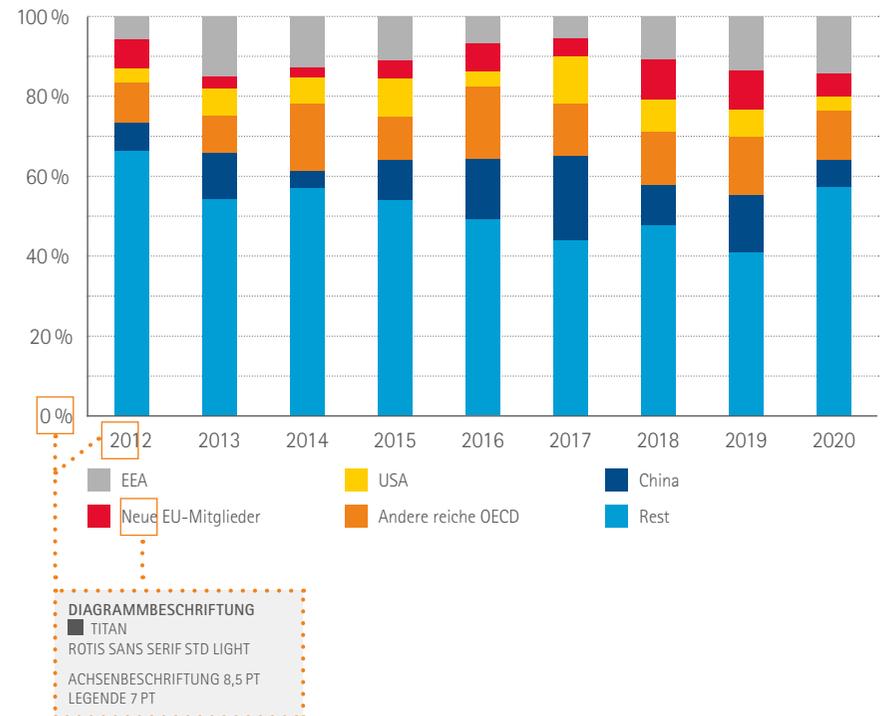
FARBEN – SÄULENDIAGRAMME & RINGCHARTS

Bei der Erstellung der Diagramme haben die Primärfarben Vorrang in der Verwendung.
Bei Diagrammen mit zahlreichen Werten werden sie mit den Sekundärfarben ergänzt.

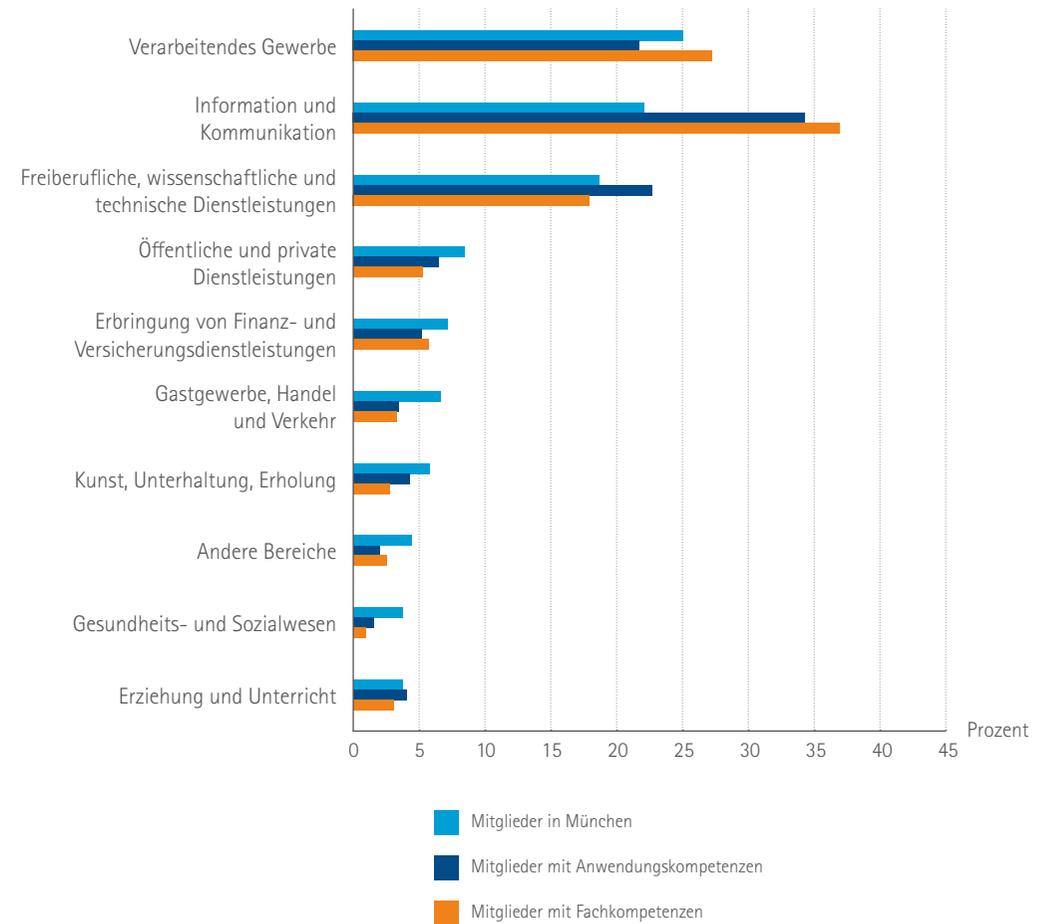
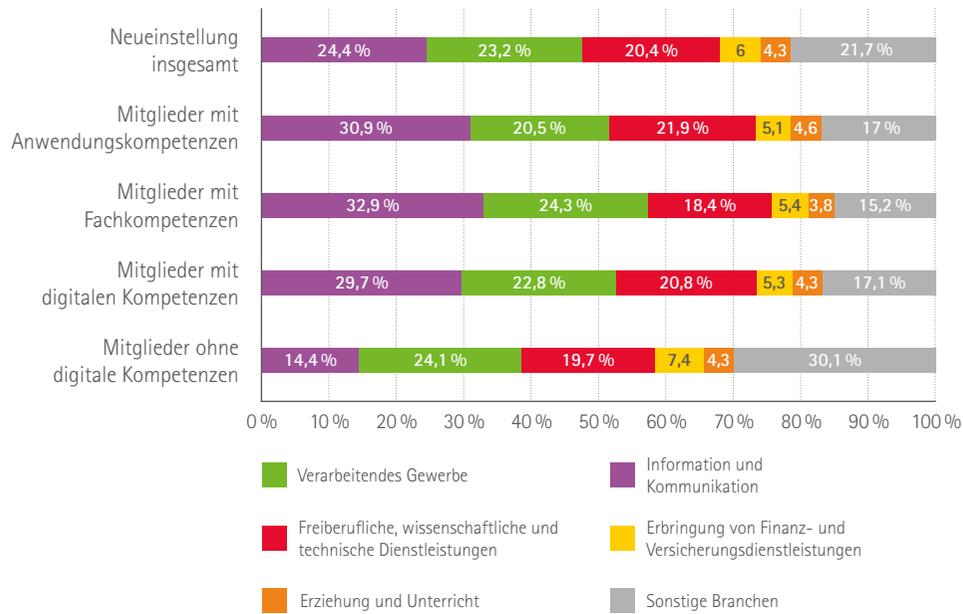


AUFBAU – SÄULENDIAGRAMME

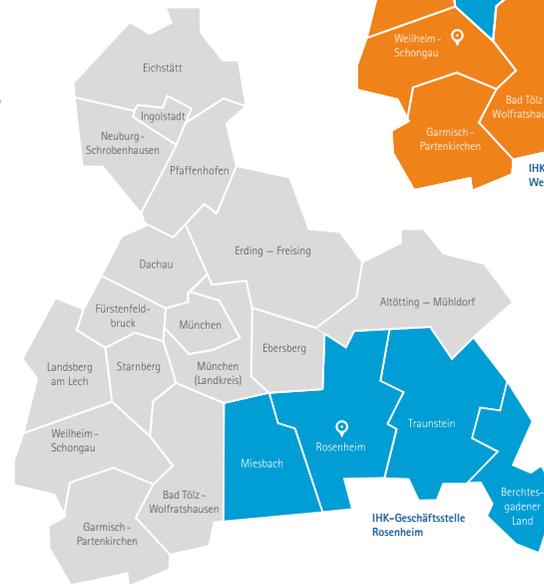
Bei der Erstellung der Diagramme richtet sich die Breite des Diagramms nach den Spaltenbreiten im Satzspiegel einer Broschüre: 2- oder 3-spaltig, wobei die bevorzugte Höhe 50 mm beträgt.



1.8 | GRAFIKEN, TABELLEN & KARTEN | DIAGRAMME



1.8 | GRAFIKEN, TABELLEN & KARTEN | REGIONALKARTEN



1.8 | GRAFIKEN, TABELLEN & KARTEN | SONSTIGE GRAFIKEN

Unternehmen



1.913
7.581

Umsatz



142,3 Mrd.
376,1 Mrd.

Angestellte



375.646
1.336.763

Exportquote

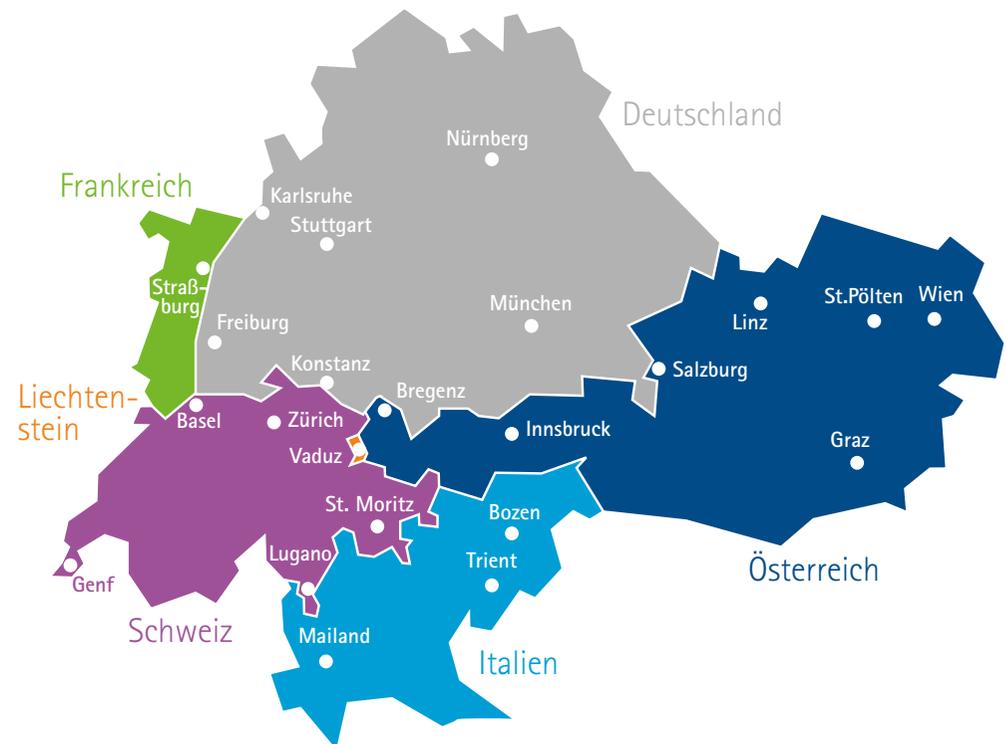


57,5 %
53,0 %

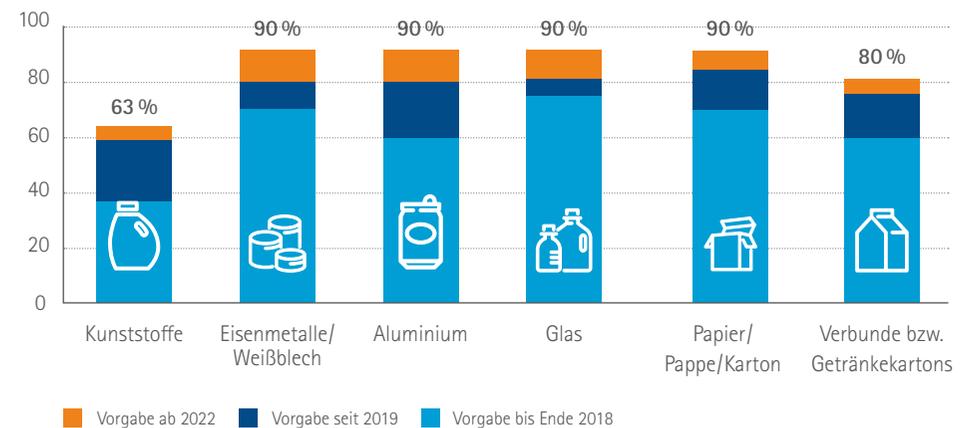
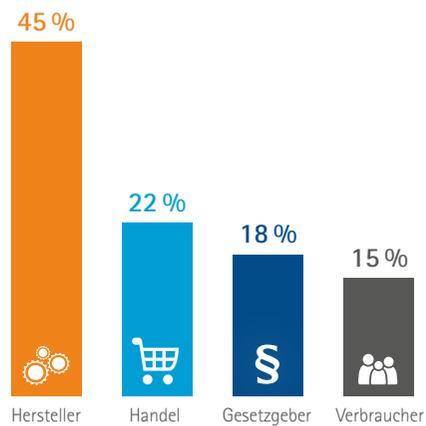
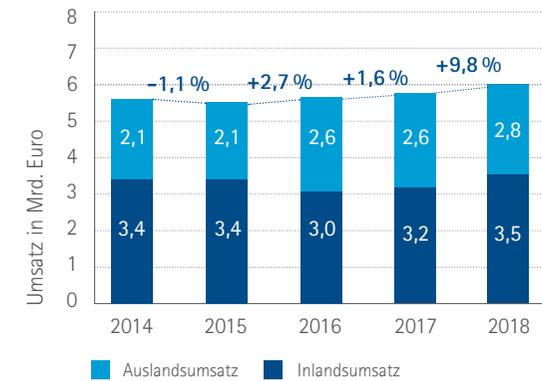
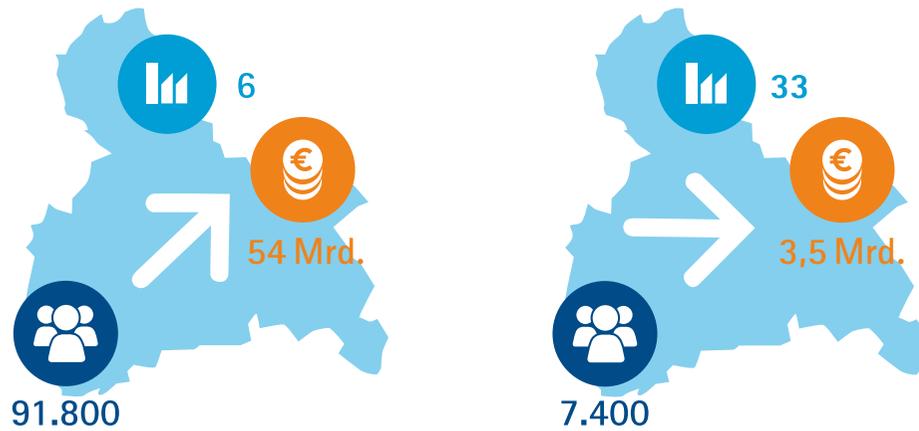
- Oberbayern
- Bayern

25,1 %
JA

74,9 %
NEIN



1.8 | GRAFIKEN, TABELLEN & KARTEN | SONSTIGE GRAFIKEN



1.8 | GRAFIKEN, TABELLEN & KARTEN | TABELLEN

FARBEN – AUFBAU – TABELLEN

Tabellen werden mit Farbbalken in den Primärfarben angelegt.
Sie können 2 bis 3-spaltig im Satzspiegel einer Broschüre sein.

	EXPORTE	IMPORTE	SALDO	
	MRD. EUR	MRD. EUR	MRD. EUR	% des BIP
EEA (2001)	71,50	56,55	14,95	3,21
Neue EU-Mitglieder	16,92	25,75	-8,84	-1,9
EEA gesamt	88,42	82,30	6,20	1,31
USA	18,29	9,79	8,31	1,79
Andere reiche OECD	15,26	8,67	6,59	1,42
China	14,85	13,17	1,68	0,36
Andere Emerging	13,48	13,30	0,18	0,04
Rest der Welt	14,29	20,18	-5,88	-1,26
GESAMT	164,59	147,59	17,00	-3,65

ZELLEHÖHE
ERGIBT SICH AUS
SCHRIFTGRÖSSE

ZELLENBESCHRIFTUNG
■ TITAN
ROTIS SANS SERIF STD. MIND. 7 PT

ZELLEN
□ WEISS
ZELLENLINIEN GEPUNKTET 0,3 PT

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | SUBMARKEN

SUBMARKEN

Submarken werden für wiederkehrende Events, Veranstaltungen und Serien genutzt, wenn diese zu einer eigenständigen „Leuchtturm-Marke“ aufgebaut werden.

Die Submarke hat einen logoähnlichen Charakter, der durch graphische Modifikation der Typographie und die Verwendung reduzierter Symbole/Icons erzielt wird. Diese erhöhen die Aufmerksamkeit und die Sympathie und verschaffen einen Wiedererkennungswert. Zu beachten ist, dass die Submarkengestaltung rein aus den Primärfarben bestehen muss. Ziel ist es, eine Markenfamilie aufzubauen, die eine starke visuelle Klammer bildet und auf die Marke IHK einzahlt.

Die Submarke kann auch mit Label genutzt werden. Erklärungen zum Einsatz auf den nächsten Seiten.

Standard Schriftarten für Submarken ist die Hausschrift Rotis in Serif und Sans Serif. Wo sinnvoll, wie beispielsweise bei rein digitalen Portalen wie hier das Außenwirtschaftsportal, darf auch die Schriftart Source Sans 3 verwendet werden.

Bei Schülerkommunikation kann die Schriftart DIN 2014 verwendet werden. Diese Schrift wird auch für die Bundeskampagne #könnenlernen verwendet. In ausgewählten Ausnahmefällen darf auch eine Sekundärfarbe als kleines Highlight zum Einsatz kommen (Ausbildungsscouts).

IHK Fachkräfte
Forum

IHK trade &
connect

IHK **jobfit!**


Unternehmerintag

II. BAYERISCHER
CSR | Tag

IHK  **TOP**
BILDUNGSPARTNER

IHK **EXISTENZ**

Zukunftsforum
HANDEL 

IHK 
Umweltdialog

AW **Außen
wirtschafts
portal**

IHK **AUSBILDUNGS
SCOUTS**

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | SIGNETS EINSATZBEISPIELE

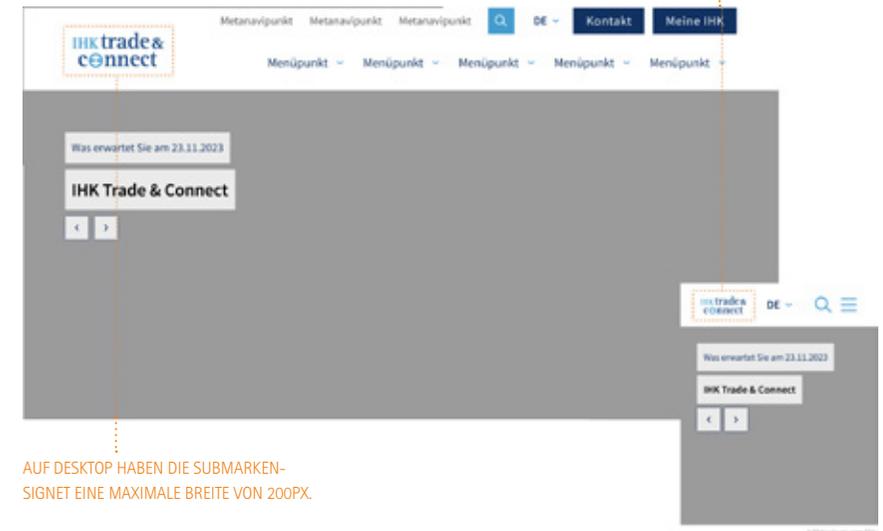
PRINT (BEISPIEL FLYER)



ALTERNATIVPLATZIERUNG OHNE LABELKASTEN, VOLLFLÄCHIGES BILD



BEISPIEL LANDINGPAGES



EINSATZ DER SUBMARKEN

Submarken werden mit Labelkasten für die meisten Printmedien verwendet um ihre Lesbarkeit zu gewährleisten. In geeigneten Fällen darf die Submarke direkt auf Bild platziert werden (wenn die Lesbarkeit der Submarke auf dem Bild gewährleistet ist).

Für den digitalen Einsatz wird die Submarke immer ohne Labelkasten und ohne Subzeile verwendet. Bei der Gestaltung der Submarke sollte von vornherein darauf geachtet werden, dass sich diese auch für den digitalen Einsatz eignet. In der maximalen Breite von 200px auf Desktop und 100px Breite auf Mobile muss das Signet immer gut lesbar sein. Auch der Kontrast muss dabei beachtet werden.

Weitere Informationen zur Gestaltung von barrierefreien Webseiten findet man im IHK [Online-Styleguide](#).

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | AUFBAU SUBMARKERN-LABEL



1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | SIGNETS

SIGNETS

Signets werden vor allem für Kampagnen genutzt und wie ein Logo eingesetzt. Besonders bei Wahlen wie die Bundestags- oder Landtagswahl, oder die eigene IHK-Wahl finden Signets ihren Einsatz.

Wie bei den Submarken auch, werden Signets in den Primärfarben (Ocean, Sky, Titan) gehalten.

Signets werden immer ohne Labelkasten gesetzt und stehen grundsätzlich auf Bild.

Weitere Anwendungsbeispiele auf den Seiten 50 und 51.

Signets können je nach Anwendungsfall auch monochrom verwendet werden, wie beispielsweise als Cornerbug in Bewegtbild, oder auf der fotorealistischen Bilderwelt.

In Ausnahmefällen darf auch eine Sekundär-Farbe eingesetzt werden.



1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | SUBMARKEN DEFINITION SUBMARKERN- & TITEL-LABEL



Das **Submarken-Label** besteht aus Submarke und Bühne. Auf der Bühne steht eine Subline mit Bezug zur Submarke.

Das Submarken-Label wird genutzt, wenn die Lesbarkeit der Submarke auf dem Bild nicht gewährleistet wäre. Sowie auf Standard-Printprodukten wie beispielsweise Broschüren oder Flyern.



Das **Titel-Label** besteht aus Titel (Headline) und Bühne. Auf der Bühne steht eine Subline mit Bezug zum Titel.

Titel-Label werden für die Headline/Subheadline-gestaltung diverser Publikationen verwendet.



Signets sind Wort-Bild-Marken, die wie ein Logo eingesetzt werden.

Signets werden für vor allem für Ereignisse wie Wahlen genutzt, können aber auch für eigenständige Kampagnen (ohne Events) genutzt werden. Sie werden immer ohne Label genutzt. (s. S. 50-51)

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL #GEMEINSAM

#Gemeinsam

DAS HASHTAG – DAS NEUE BRANDING ELEMENT DER IHK

Das Signet #Gemeinsam des DIHK (© Serviceplan) kann von jeder IHK individuell verwendet und angepasst werden.

Titelseiten: Weiß, Titan oder Ocean jeweils 100 % Deckkraft im oberen Drittel des Titels platziert (links oder rechts).

Rückseite: Mit Boilerplate auf Broschüren oder im unteren Drittel auf Flyern/Karten in den Primärfarben Titan und Sky.

#Gemeinsam

#Gemeinsam

#Gemeinsam



1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL #GEMEINSAM

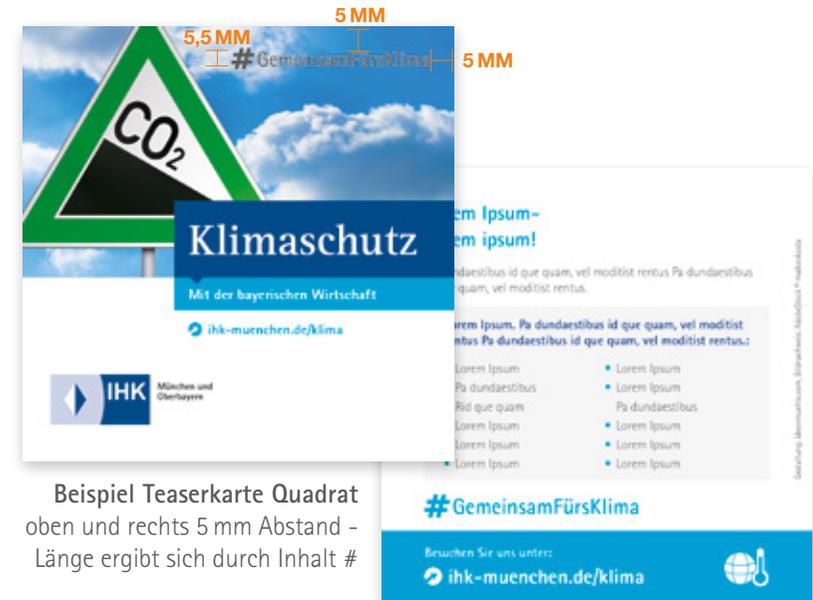
GemeinsamFürFachkräfte

GemeinsamFürsKlima

GemeinsamAusbilden

■ OCEAN ■ SKY
■ TITAN ■ WEISS
 ROTIS SANS SERIF STD BOLD

G 65% H

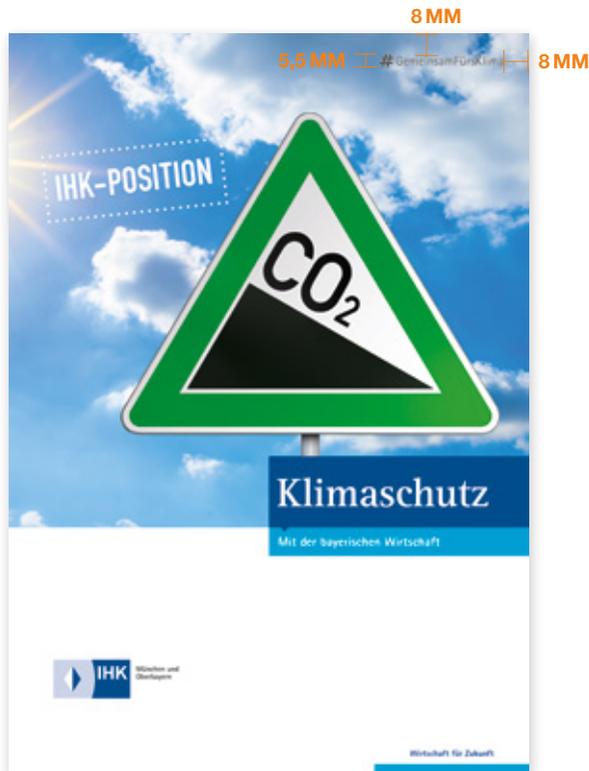


Beispiel Teaserkarte Quadrat
oben und rechts 5 mm Abstand -
Länge ergibt sich durch Inhalt #

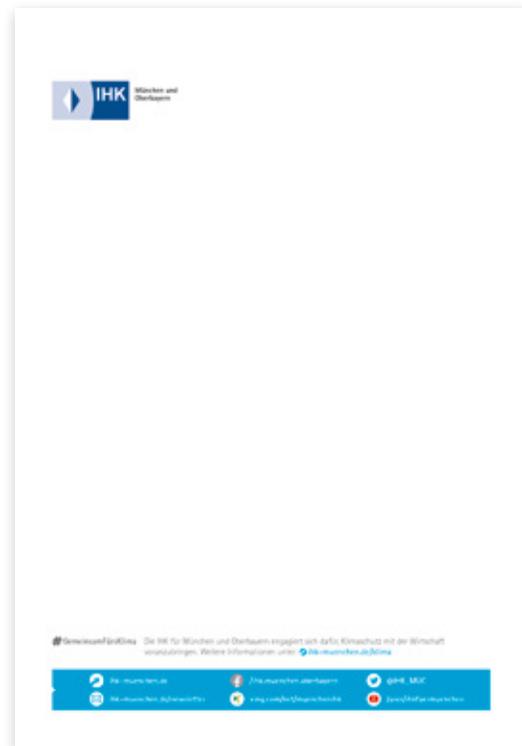


Beispiel Twitter und Facebook
Schrift Source Sans 3 Regular
Störbreite 393 x 78 px

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL #GEMEINSAM



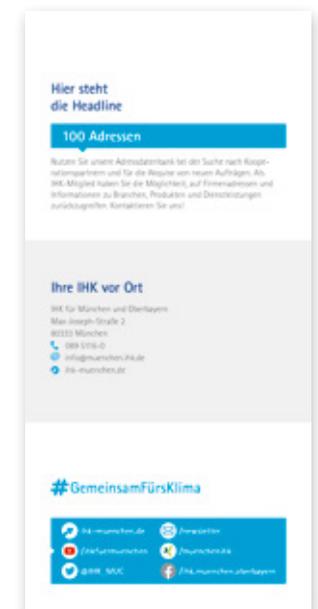
Beispiel Broschüre
Höhe 5,5 mm
oben und rechts 8 MM Abstand



Rückseite
mit Boilerplate



Beispiel Flyer Din lang
Höhe 5,5 mm
oben und rechts 8 mm Abstand



Rückseite
Höhe 5,5 mm

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL PACK MA'S DIGITAL



BOILERPLATE



Die Digitalisierungsinitiative der
IHK für München und Oberbayern.
packmasdigital.de

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL LANDTAGSWAHL 2018



LANDTAGSWAHL
2018

LANDTAGSWAHL 2018

Landtagwahl 2018

Positionen der bayerischen IHKs

Industrie- und Handelskammern
in Bayern

LANDTAGSWAHL 2018

Berufliche Bildung

BIHK-Positionen zur Landtagwahl 2018

Gründung & Startups

BIHK-Positionen zur Landtagwahl 2018

Auf einen Blick

Auch in Bayern wählen immer weniger Menschen ihr eigener Chef werden. 2016 sank die Zahl der Existenzgründungen zum sechsten Mal in Folge. Die gute Nachricht: geringere Arbeitslosigkeit, oftmals mangelndes Know-how oder fehlender Mut lassen die sichere Position als Angestellter gegenüber der Gründung eines eigenen Unternehmens attraktiver erscheinen. Gerade angesichts der steigenden Zahl der Gründer, die sich mit neuen Technologien oder innovativen Geschäftsmodellen in den Markt wagen. Diese Startups können allerdings zusätzlichen Herausforderungen gegenüber. Sie benötigen Kapital, um ihre Produkte zu entwickeln und in den Markt zu bringen. In Deutschland ist der Wagniskapitalmarkt vergleichsweise unterentwickelt: 3,1 Milliarden Euro (Wagniskapital investiert 2015 in Deutschland investiert 6027 % des Bruttoinlandsprodukts), umgerechnet 53 Milliarden Euro in den USA (53,33% des BIP). Um die Anreize für Gründungen zu erhöhen und Startups bessere Rahmenbedingungen zu schaffen, sollte die bayerische Landespolitik:

- Eine Kultur der Selbstständigkeit vermitteln
- Bürokratie für Gründer abbauen
- Die Finanzierung und Förderung von Startups verbessern
- Gründer, Startups und etablierte Wirtschaft zusammenbringen

Kultur der Selbstständigkeit vermitteln

Die Zahl erfolgreicher Gründungen aus unternehmerischem Antrieb bewegt sich konstant auf niedrigem Niveau. Ein Grund hierfür ist eine fehlende Kultur der Selbstständigkeit in Deutschland. Sowohl in den Medien als auch in Schulbüchern werden die positiven Dimensionen des Unternehmensgründens wie eigenverantwortliches Handeln und die Bewältigung eigener Ideen zu wenig vermittelt. Ein weiterer Grund ist eine schlechte Qualität der Gründungsberatung. Lokale Produktfirmen, vorgekur Zeitspendern und unqualifizierte Einzelkämpfer sind die größten Anbieter für unternehmerisches Scheitern. Häufig mangelt es den Gründern an übermitteltem Know-how sowie dem Denken in Geschäftsmodellen. Deshalb sollten wirtschaftliche Gründungen sowie ein positives Unternehmensklima in den Strategien der Bildungs-einrichtungen verankert werden, um hierdurch eine stärkere Kultur der Selbstständigkeit zu etablieren.

Bürokratie für Gründer abbauen

Gründungsprozesse vereinfachen und One-Stop-Shops schaffen

Bürokratie im bayerischen Gründungsprozess kann komplexer aufwändig und insbesondere für nicht deutschsprachige Gründer nur schwer verständlich. Da Gründungen zudem bei verschiedenen staatlichen Stellen angemeldet werden müssen und keine einheitlichen, zielorientierten E-Ämtern-Angebote bestehen, gehen Unternehmensgründungen monetär mit erheblichen zusätzlichen Aufwand eines Volontärs, vieler Gründungen digital und innerhalb eines Tages möglich sein. Dazu bedarf es effizienter One-Stop-Shops, die möglichst viele Anmelde- und Genehmigungs- als eines zentralen Stelle lösbar. Hilfreich ist hierbei ein digitaler Antragspartner in den Regionen.

Industrie- und Handelskammern
in Bayern

SOCIAL MEDIA

Twitter- und Facebookgrafiken
inkl. Landtagwahl-Signet und Hashtag

Was halten Sie von der Wohnungsbau-Politik der Staatsregierung? #Wirtschaftswahl

Wie gehen Sie auf die bayerischen Mittelständler zu? #Wirtschaftswahl

BIHK-Wahlarena 17.09. Jetzt anmelden! #Wirtschaftswahl

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL LANDTAGSWAHL 2023



SOCIAL MEDIA POSTS (KEYVISUAL, ZITATE)



INFOFLYER, 2-SEITIG



SOCIAL MEDIA ZITAT-TEMPLATES (PPT)



WEBSITE-HEADER



VIDEO-THUMBNAILS

Platzhalter für Video-Ansichten mit dem Logo der LTW23



1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL IHK-WAHL



DOKUMENTENMAPPE



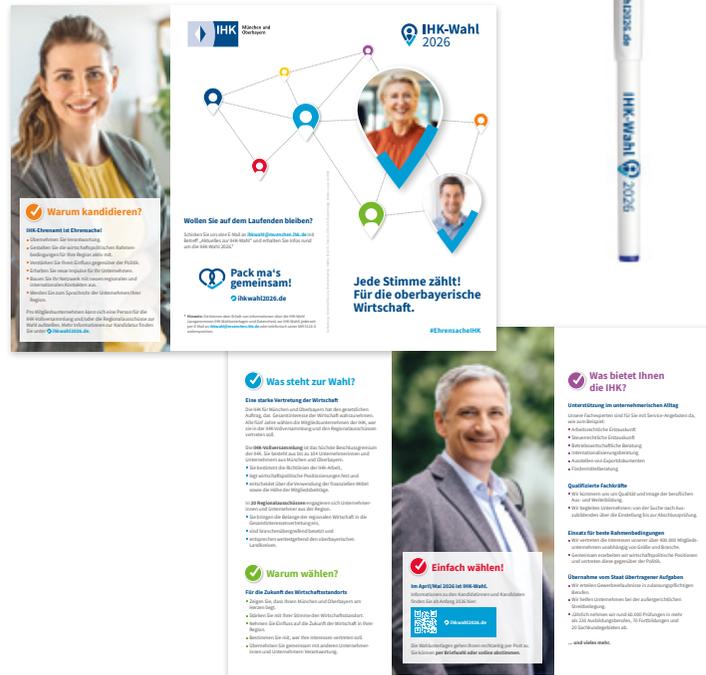
POSTKARTE



STIFT



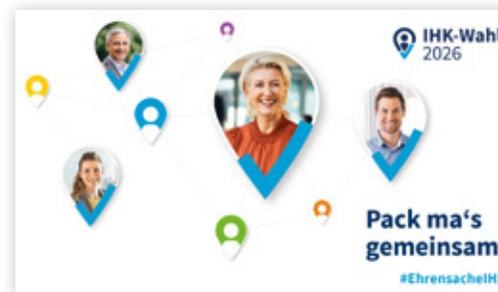
INFOFLYER, 6-SEITIG



STICKERBOGEN



BANNER WEBSITE



ZEITSTRAHL WEBSITE



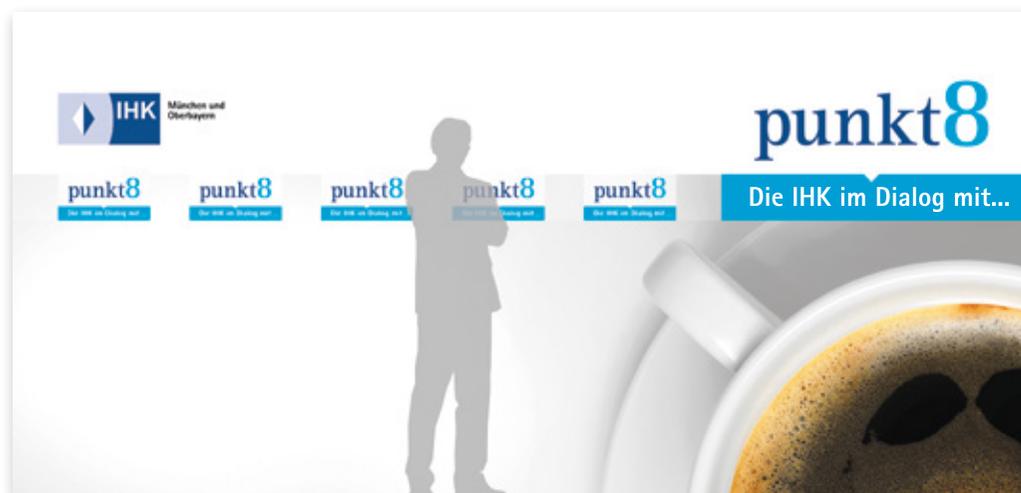
1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL DIVERSE FORMATE



BÜHNENRÜCKSTELLER 1



Die Platzierung des Labels orientiert sich bei Großformaten wie Bühnenrückstellern und Messegewänden an der Augenhöhe. So wird ein problemloses Erfassen aller relevanten Informationen sichergestellt.



BÜHNENRÜCKSTELLER 2

1.9 | SUBMARKEN & KAMPAGNEN-SIGNETS | ANWENDUNGSBEISPIEL DIVERSE FORMATE

SAVE THE DATE (TEASER-)KARTE



SOCIAL MEDIA POST 1200 X 1200 PX



WEBSITE-HEADER



FAHNE



BEACHFLAGS



ROLL-UP



SITZWÜRFEL



MERCHANDISE



GUMMIBÄRCHEN



EISPULVER

AUFKLEBER

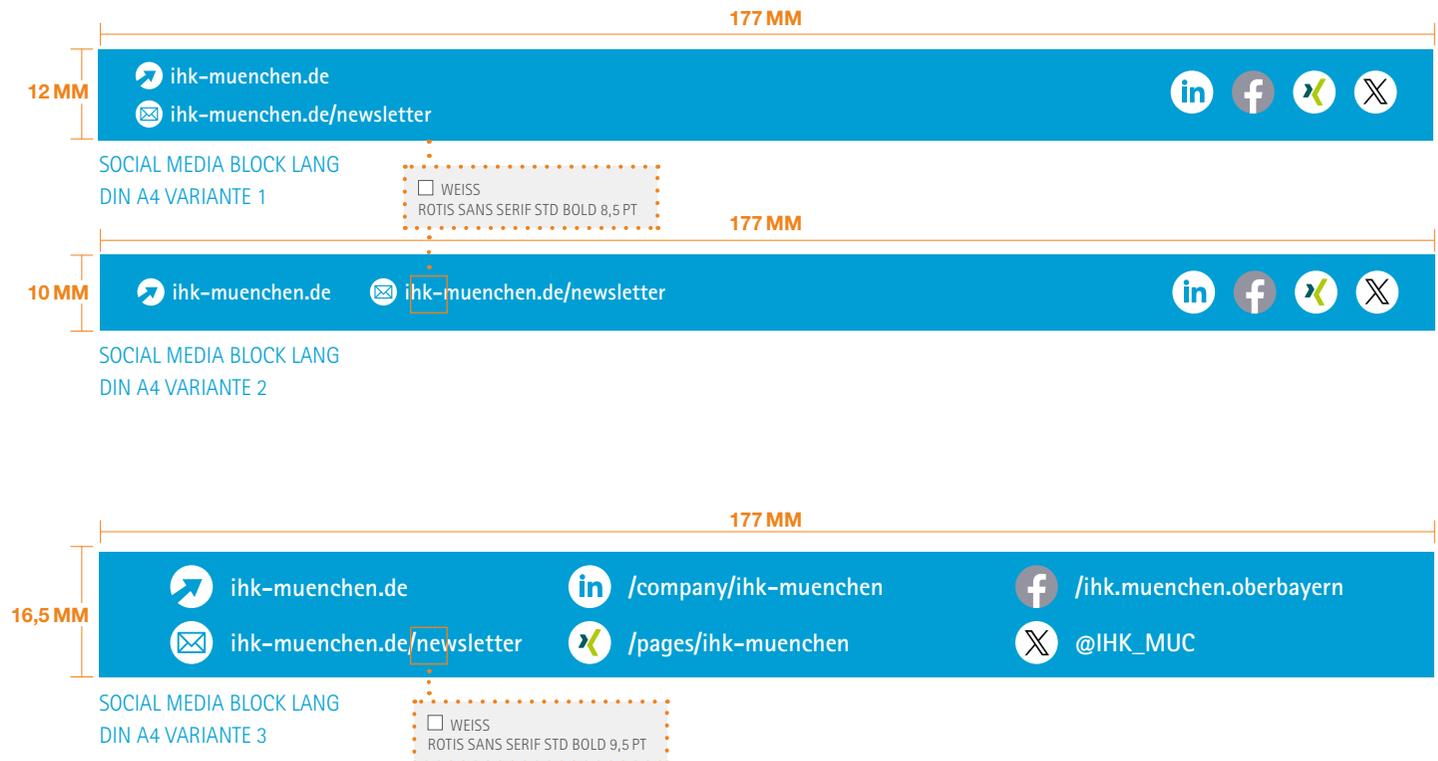


1.10 | SOCIAL MEDIA BLOCK

SOCIAL MEDIA BLOCK

Als Absender und Querverweis auf die Präsenz der IHK in diversen sozialen Medien dient optional der Social Media Block. Dieser enthält sämtliche Links zum Thema.

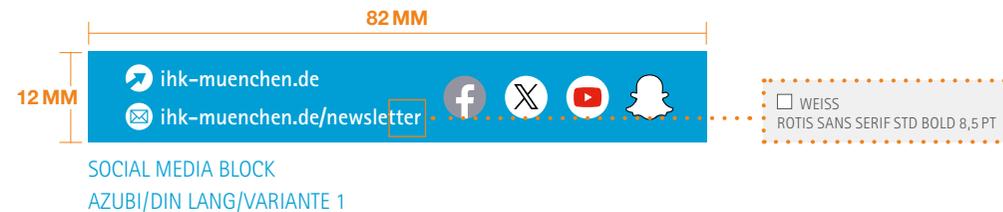
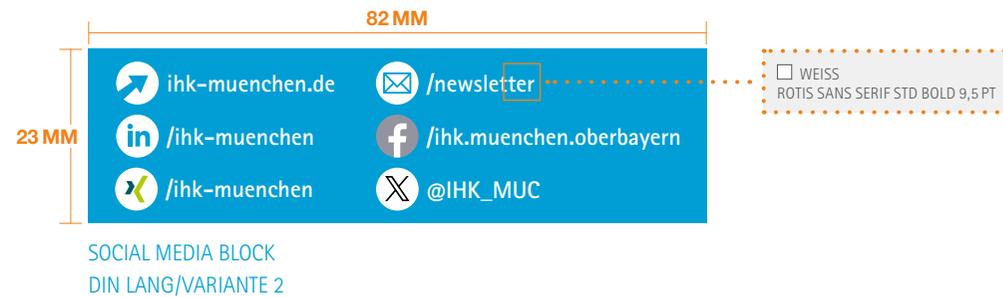
Der lange Social Media Block wird auf der Rückseite von DIN A4-Broschüren, -Studien und Einladungen verwendet.



1.10 | SOCIAL MEDIA BLOCK

SOCIAL MEDIA BLOCK

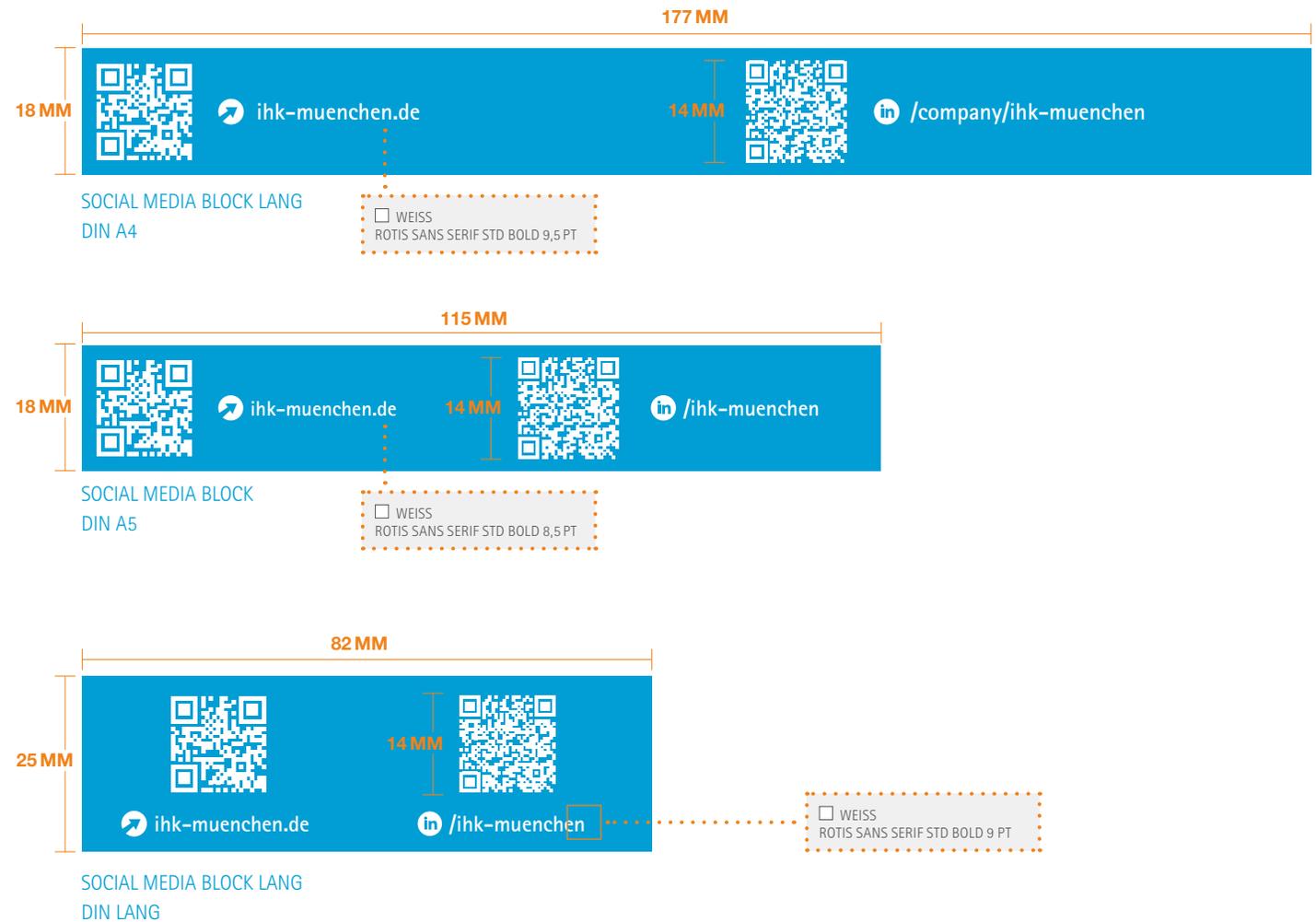
Zusätzlich gibt es einen „Azubi“-Social Media Block mit Links wie z.B. zu Youtube und Snapchat.



1.10 | SOCIAL MEDIA BLOCK

SOCIAL MEDIA BLOCK

Wenn nur wenige Links dargestellt werden sollen (maximal zwei), so können auch QR-Codes auf die Sky-farbene Fläche gesetzt werden.



1.10 | SOCIAL MEDIA BLOCK

SOCIAL MEDIA BLOCK (SMB)

Als Absender und Querverweis auf die Präsenz der IHK in diversen sozialen Medien dient optional der Media-Block. Dieser enthält sämtliche Links zum Thema.

Der lange Social Media Block wird auf der Rückseite von DIN A4-Broschüren, -Studien und Einladungen verwendet, der kurze bei Flyern, Info- und Einladungskarten.

Zusätzlich gibt es einen „Azubi“-Social Media Block mit Links zur Facebook-Ausbildungsseite und Snapchat.

SMB-ANWENDUNG DIN LANG-FLYER

zeugnischeck.ihk.digital

Ab sofort IHK Zeugnisse online auf Richtigkeit prüfen!

Ein Bewerber hat Ihnen ein Ausbildungszeugnis der IHK für München und Oberbayern vorgelegt. Mit dem IHK Zeugnis-Check können Sie einfach und kostenlos online überprüfen, ob das Dokument echt und die darin enthaltenen Angaben zu Kompetenzen und Noten valide sind.

So funktioniert's:

Seite zeugnischeck.ihk.digital aufrufen und folgende Daten eingeben:

- Name und Geburtsdatum des Bewerbers
- prüfende IHK
- Datum der Abschlussprüfung
- Ausbildungsberuf und Ergebnisse laut Zeugnis

Nach dem Abschicken der Eingaben erhalten Sie sofort Rückmeldung:

Grün: Das Zeugnis wurde mit diesen Angaben in der IHK Datenbank aufgefunden.

Rot: Keine exakte Übereinstimmung mit der IHK Datenbank.

Der IHK Zeugnis-Check funktioniert für alle Prüfungen, die seit 2007 von der IHK für München und Oberbayern abgenommen wurden.



SMB-ANWENDUNG DIN A4 EINLADUNG

Anmeldung

Veranstalter
IHK für München und Oberbayern, vertreten durch den Präsidenten Dr. Eberhard Sasse und den Hauptgeschäftsführer Peter Driessen, Balanstraße 55-59, 81541 München

Ansprechpartnerin
Ulrike Tsougenis
☎ 089 5116-1449
@ ulrike.tsougenis@muenchen.ihk.de

Anmeldung und weitere Informationen zur Veranstaltung unter:
exporttag-bayern.de

Der Teilnehmerpreis beträgt 150 EUR inkl. MwSt. pro Person.

Bitte melden Sie sich spätestens bis **09. November 2018** verbindlich an. Anmeldungen danach sind direkt am Veranstaltungstag vor Ort noch möglich.

Teilnahmebedingungen

Die ausführlichen Teilnahmebedingungen für Veranstaltungen der IHK für München und Oberbayern finden Sie unter: ihk-muenchen.de/teilnahmebedingungen-ihk. Sie erhalten diese auch zusammen mit unserer Anmeldebestätigung.

Gastronomie

08:00 – 17:00 Uhr
Bereitstellung von Getränken

11:45 – 13:30 Uhr
Mittagsimbiss

ab 15:00 Uhr
Imbiss

Anfahrt



Die IHK Akademie in der Orleansstraße 10-12 verfügt über eine gebührenpflichtige Tiefgarage (begrenzte Stellplatzzahl). Mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist die Akademie mit der S-Bahn (Linien S1-S8) oder mit der U5 sowie der Tram 19 (jeweils Haltestelle Ostbahnhof) oder den Buslinien 54, 55, 62, 145, 155 (jeweils Haltestelle Orleansstraße) zu erreichen. Vom Ostbahnhof laufen Sie ca. 5 Minuten zur IHK Akademie.

Unsere Partner:



Gestaltung: sopermuelch.com, Bildarchiv: Fotolia, © Anzenberger

2 MEDIEN

IHK für München und Oberbayern

2.1 PRINTMEDIEN

IHK für München und Oberbayern

2.1. | PRINTMEDIEN | INFORMATIONEN

INDESIGN-VORLAGEN UND BARRIEREFREIHEIT

Für einige Standardmedien bieten wir InDesign-Vorlagen zum Download an. Diese Vorlagen umfassen:

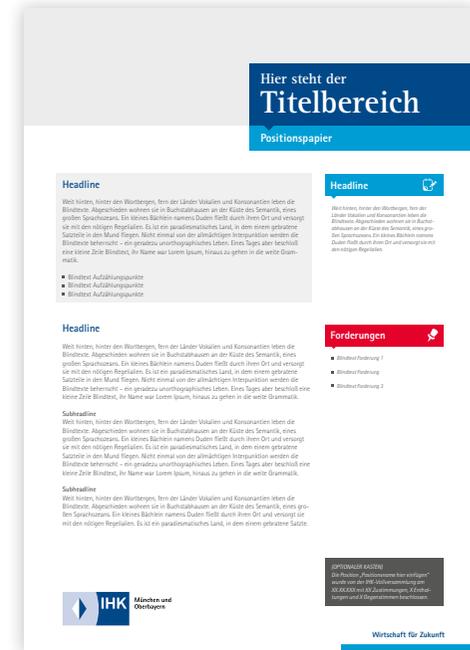
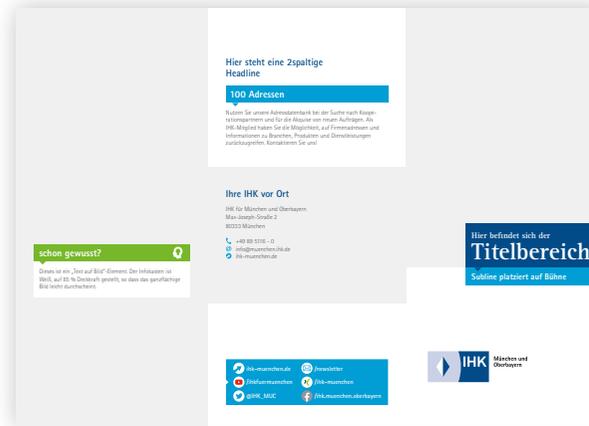
- Broschüre DIN A4 - 18 Vorlage-Seiten 
- Broschüre DIN A5 - 12 Vorlage-Seiten
- Einladung 2-seiter DIN A4 - 3 Vorlage-Seiten 
- Einladung 2-seiter DIN lang - 3 Vorlage-Seiten
- Einladung 4-seiter DIN lang - 4 Vorlage-Seiten
- Position 1-spaltig DIN A4 - 2 Vorlagen-Seiten 
- Position 2-spaltig DIN A4 - 2 Vorlage-Seiten 
- Studie DIN A4 - 6 Vorlagen-Seiten 
- Flyer 6-seiter DIN lang - 12 Vorlage-Seiten

 Vorlagen mit diesem Icon sind bereits vorbereitet für ein mögliches barrierefreies PDF.

Aktuell eingesetzte Absatzformate und Objekte sind entsprechend der Richtlinien getaggt.

Diese Vorlagen sind nur so lange barrierefrei, wie auch die eingesetzten Elemente entsprechend getaggt und Alternativtexte und dekorative Elemente ausgezeichnet wurden. Die Lesereihenfolge ist dabei eine der wichtigsten Einstellungen.

Die anschließende UA-Zertifizierung wird über Acrobat vervollständigt. Die Prüfung der Barrierefreiheit wird mittels PAC 2024 empfohlen.



Die Vorlagen können auf der jeweiligen Detail-Seite heruntergeladen werden.

ihk-muenchen.de/Microsites/Styleguide/Medien/Printmedien/

2.1.1 | PRINTMEDIEN | EINLADUNGEN | BEMASSUNG EINLADUNG DIN A4 VORDERSEITE

Einladung

TITELBILD

83 MM

106 MM

118 MM

Münchener Exportkontrolltag

Sicher im Auslandsgeschäft

Exportkontrolltag „Exportkontrolle in turbulenten Zeiten“ – 11. Oktober 2018

15 MM

15 MM

8 MM

SATZSPIEGEL 180 MM

TEXT IM SATZSPIEGEL – SPALTENBREITE VARIABEL NACH TEXTMENGE

15,5 MM

15 MM

H (297 MM)

B (210 MM)

SCHRIFTZUG

- TITAN
- STONE
- WEISS
- ROTIS SANS SERIF STD LIGHT
- VERSAL 26 PT

LABELBEREICH

DEFINITION UND AUFBAU DES LABELS
SIEHE VERMASSUNG DER
DIN A4-BROSCHÜRE

FALZMARKE

- OCEAN

LINIENSTÄRKE 0,3 PT
LÄNGE 5 MM
HÖHE 100 MM
ABSTAND SEITENRAND LINKS 10 MM

HEADLINE

- OCEAN

ROTIS SANS SERIF STD BOLD
SCHRIFTGRÖSSE 14 PT

CLAIM

- OCEAN

ROTIS SANS SERIF EXTRA BOLD
10 PT

BALKEN

- SKY
- ★ HÖHE 4 MM

FLIESSTEXT

- TITAN

ROTIS SANS SERIF STD LIGHT
SCHRIFTGRÖSSE 10 PT
ZEILENABSTAND 12 PT

TEXTHERVORHEBUNGEN/UHRZEIT/ÜBERSCHRIFTEN

- TITAN
- SKY
- OCEAN

ROTIS SANS SERIF STD BOLD
SCHRIFTGRÖSSE 10 PT
ZEILENABSTAND 12 PT

„Exportkontrolle in turbulenten Zeiten“ – 11. Oktober 2018

Der Erfolg der bayerischen Exportwirtschaft hängt in hohem Maße von einer funktionierenden und effizienten Exportkontrolle ab. Mit Blick auf die politisch turbulenten Entwicklungen ist das derzeit schwierig.

Der 1. Münchener Exportkontrolltag bringt Sie auf den neuesten Stand!

Zu Beginn beleuchtet das BAFA die aktuellen Themen aus Brüssel, Berlin und Eschborn. Wie Exportkontrolle und die Berücksichtigung von Neuerungen erfolgreich im Unternehmen umgesetzt werden können, zeigt Ihnen der anschließende Best Practice-Vortrag. Besonders spannend ist derzeit auch, wie sich die Digitalisierung der Wirtschaft zum Beispiel im Bereich Cloud Computing, ausfuhrrechtlich auswirkt. Einblicke erhalten Sie am Vormittag hierzu ebenso wie zu den Folgen der Secondary Sanctions der USA auf das Iran- und Russland-Geschäft.

Nutzen Sie am Nachmittag die Chance, die praktische Umsetzung dieser Themen in Workshops mit den Referenten und den übrigen Teilnehmern zu diskutieren! Wählen Sie 3 aus 4 verschiedenen Workshops aus und besuchen Sie diese nacheinander in der Exportkontrolle.

Das Networking ist natürlich ein zentraler Bestandteil der Veranstaltung. Hierfür bieten kurze Pausen und das Mittagsbuffet den optimalen Rahmen. Wir freuen uns auf Ihr Kommen!

09:00 Uhr Registrierung und Begrüßungskaffee

09:30 Uhr Begrüßung
Peter Driessen, Hauptgeschäftsführer, IHK für München und Oberbayern

09:45 Uhr Exportkontrolle – Aktuelles aus Brüssel, Berlin und Eschborn
Georg Pietsch, Abteilungsleiter Ausfuhr, Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA)

10:30 Uhr Best Practice „Exportkontrolle in der Praxis“
Jochen Hartmannshenn, Team Manager Customs Export Control & Foreign Trade, EDS GmbH

11:00 Uhr Digitalisierung der Wirtschaft: Auswirkungen auf die Exportkontrolle
Carsten Bente, Senior Consultant, Global Trade & Risk Management, AEB GmbH

11:30 Uhr US-(Re-)Exportkontrolle – Bedeutung der Secondary Sanctions für das Iran- und Russland-Geschäft
Matthias Mez, Geschäftsführer, AWA Außenwirtschafts-Akademie GmbH

15:30 Uhr Strafrechtliche Konsequenzen bei Fehlern in der Exportkontrolle – ausgewählte Praxisbeispiele
RA Dr. Ulrich Möllenhoff, Inhaber, Möllenhoff Rechtsanwälte

16:30 Uhr Ende

Wirtschaft für Zukunft

9,5 MM

62,5 MM

2.1.1 | PRINTMEDIEN | EINLADUNGEN | BEMESSUNG EINLADUNG DIN A4 RÜCKSEITE

DIN A4 HOCH 210 x 297 MM

15 MM (margin)

15 MM (margin)

15 MM (margin)

11,5 MM (row height)

8 MM (column margin)

SPALTENBREITE 78 MM (column width)

SPALTENBREITE 78 MM (column width)

11,5 MM (row height)

11,5 MM (row height)

11,5 MM (row height)

180 MM (Satzspiegel)

12 PT (Linienabstand)

12 PT (Zeilenabstand)

180 MM (Satzspiegel)

15 MM (margin)

H (297 MM)

B (210 MM)

Bei Aufzählungen und geringen Textmengen kann der Text aus dem Grundlinienraster genommen werden, um ein harmonisches Schriftbild zu erhalten. Bei großen Textmengen empfiehlt es sich, vor allem bei 2 Spalten, den Text am Grundlinienraster auszurichten.

BALKENFARBE

■ SKY ■ STONE

HÖHE 11,5 MM

BALKENHEADLINE

□ WEISS

● ROTIS SANS SERIF STD EXTRA BOLD

● BÜHNENTEXT EINZEILIG 18 PT

● BÜHNENTEXT ZWEIZEILIG 12 PT

TEXTHINTERLEGUNG

■ 10% TITAN

FLIESSTEXT

■ TITAN

● ROTIS SANS SERIF STD LIGHT

● SCHRIFTGRÖSSE 10 PT

● ZEILENABSTAND 12 PT

TEXTHERVORHEBUNGEN

■ TITAN ■ SKY

■ OCEAN

● ROTIS SANS SERIF STD BOLD

● SCHRIFTGRÖSSE 10 PT

● ZEILENABSTAND 12 PT

Anmeldung

Veranstalter
IHK für München und Oberbayern,
vertreten durch den Präsidenten Dr. Eberhard Sasse
und den Hauptgeschäftsführer Peter Driessen.

Ansprechpartnerin
Eva Würdemann
☎ 089 5116-1446
✉ woerdemann@muenchen.ihk.de

Anmeldung online unter:
ihk-muenchen.de/expartkontrolltag

Bitte vergessen Sie nicht, bei Ihrer Anmeldung die zwei Workshops Ihrer Wahl anzukreuzen!

Der Teilnehmerpreis beträgt 150,00 € zzgl. MwSt. pro Person.

Bitte melden Sie sich spätestens bis Freitag, den 28.09.2018 verbindlich an. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Workshops

Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, zwei Workshops auszuwählen und diese nacheinander zu besuchen.

Folgende Themen stehen sowohl in Runde I als auch Runde II zur Wahl:

- **Innerbetriebliche Kontrollstruktur**
Günther Dürndorfer
Inhaber, Günther Dürndorfer Zollberatung
- **Exportkontrolle rechtssicher vertraglich gestalten**
RA Dr. Ulrich Möllenhoff
Inhaber, Möllenhoff Rechtsanwälte
- **BAFA-Antragstellung richtig gemacht**
Georg Pletsch
Abteilungsleiter Ausfuhr, Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA)
- **US-(Re-)Exportkontrolle in der Praxis**
Matthias Merz
Geschäftsführer, AWA Außenwirtschafts-Akademie GmbH

Anfahrt

Die IHK Akademie in der Orleansstraße 10 - 12 verfügt über eine gebührenpflichtige Tiefgarage (begrenzte Stellplatzanzahl, Bezahlung nur mit EC- oder Kreditkarte möglich). Mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist die Akademie mit der S-Bahn (Linien S1 - S8) oder mit der U5, sowie der Tram 19 (jeweils Haltestelle Ostbahnhof) oder den Buslinien 54, 55, 62, 145, 155 (jeweils Haltestelle Orleansstraße) zu erreichen. Vom Ostbahnhof laufen Sie ca. 5 Minuten zur IHK Akademie.

ihk-muenchen.de | /company/ihk-muenchen | /ihk.muenchen.oberbayern

ihk-muenchen.de/newsletter | /pages/ihk-muenchen | @IHK_MUC

2.1.1 | PRINTMEDIEN | EINLADUNGEN | KLAPPKARTE DIN LANG

DIN LANG QUER DOPPELSEITE

Veranstaltungszeit
Dienstag, 23.07.2024
Einlass: 18:00 Uhr
Beginn: 19:00 Uhr
Ende: 23:00 Uhr

Veranstaltungsort
beccult – Haus der Bürger und Vereine
Weilheimer Straße 33a, 82343 Pöcking
Parkmöglichkeiten stehen am Veranstaltungsort zur Verfügung.

Ansprechpartner
Maximilian Keneder
Referent Wirtschaftspolitik, Regionalausschüsse
Wirtschaftsregion München
☎ 089 5116-1286
✉ maximilian.keneder@muenchen.ihk.de




Jahresempfang 2024

IHK-Regionalausschuss Starnberg

ANMELDUNG

Diese Einladung ist persönlich. Bitte melden Sie sich bis zum 19. Juli 2024 unter events.ihk-muenchen.de/ihk-je-starnberg2024 zum Jahresempfang an. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, bitten wir um verbindliche Anmeldung. Keine Anmeldung gilt als Absage.



Nicola Winter

PROGRAMM

- 18:00 Uhr
Begrüßung der Gäste
- 19:00 Uhr
Wir sind der Wandel – wie Unternehmen sich und die Welt verändern können
Katja Lindo, Vorsitzende IHK-Regionalausschuss Starnberg
Thomas Vogl, Stv. Vorsitzender IHK-Regionalausschuss Starnberg
- 19:30 Uhr
Ob Absturz oder Höhenflug... entscheidet oft nur der Kopf
Nicola Winter, Pilotin, Keynote-Speakerin, Ingenieurin, Hochschul-Dozentin
- 20:15 Uhr
Geselliges Beisammensein mit sommerlichen Schmäckerl

PERSÖNLICHE EINLADUNG

Im Rahmen des Jahresempfangs des IHK-Regionalausschusses Starnberg laden wir Sie am **Dienstag, 23. Juli 2024** auf einen Abend mit spannenden Vorträgen sowie ausgewählten Köstlichkeiten von KOMMOD zum Lauschen und Austauschen ein.

Wir freuen uns auf Sie!



Katja Lindo
Vorsitzende
IHK-Regionalausschuss Starnberg



Thomas Vogl
Stv. Vorsitzender
IHK-Regionalausschuss Starnberg

2.1.1 | PRINTMEDIEN | EINLADUNGEN | KLAPPKARTE DIN LANG ANWENDUNGSBEISPIELE DATUM

EINSATZ VON DATUMSANGABEN

Das Veranstaltungsdatum kann auf verschiedene Arten eingebunden werden.

- Eckstörer auf Titel (weiß)
- Eckstörer auf 1. Innenseite (jegliche IHK-Farbe)
- Im Einladungstext

Es wird davon abgeraten, mehr als einen Eckstörer in einer Einladung zu verwenden.

DATUM AUF TITEL



DATUM AUF 1. INNENSEITE



DATUM IM EINLADUNGSTEXT



2.1.1 | PRINTMEDIEN | EINLADUNGEN | ANWENDUNGSBEISPIEL HASHTAG FÜR EVENTS

HASHTAG-BALKEN

Um einen Hashtag für ein Event zu bewerben, kann der „Event-Balken“ für verschiedene Medien genutzt werden.

Auf Einladungen steht dieser grundsätzlich auf der Rückseite der Einladung.

In PowerPoint Präsentationen können plakative Folien eingebunden werden, die den Hashtag und die Kanäle groß darstellen.

HASHTAG-BALKEN



Wir freuen uns darüber, wenn Sie über das Event auf Social Media berichten. Markieren Sie uns gerne in Ihrem Post.

HASHTAG AUF DIN LANG QUER EINLADUNGEN

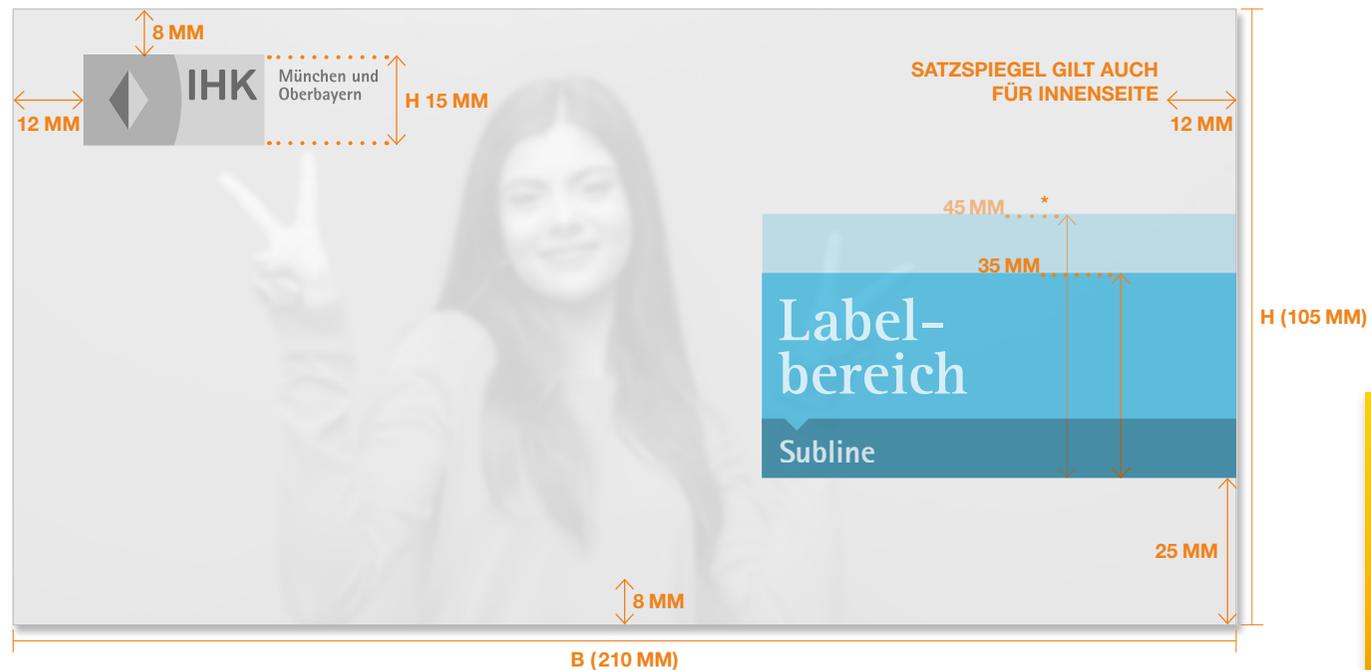


HASHTAG-FOLIEN FÜR POWERPOINT



2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | TEASERKARTE DIN LANG PLUS | ANWENDUNGSBEISPIELE

DIN LANG QUER 210 x105 mm



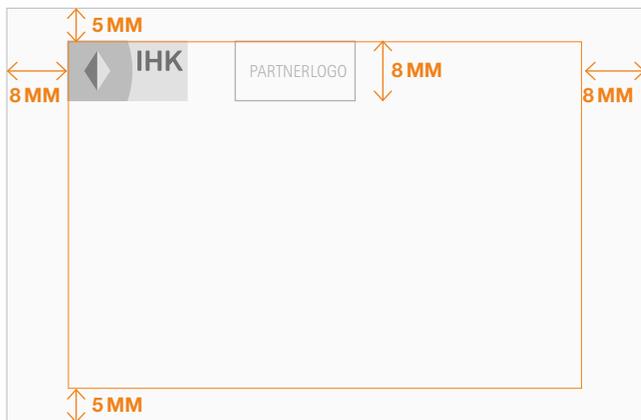
B (210 MM)

*Diese Höhe findet bei 2-zeiligen Labels mit einer im Verhältnis zur Höhe geringen Breite Anwendung.



2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | TEASERKARTEN VISITENKARTEN | BEMASSUNG

VISITENKARTENFORMAT 85 x 55 mm



2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | FLYER DIN LANG PLUS, 2-SEITIG, HOCH | ANWENDUNGSBEISPIELE



VORDERSEITE



RÜCKSEITE



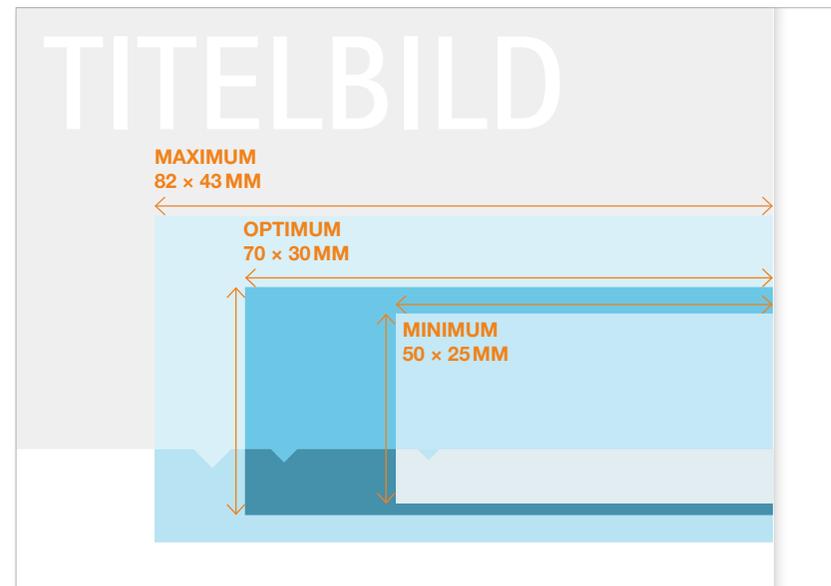
2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | **BEMASSUNG FLYER DIN LANG PLUS, 2-SEITIG, HOCH, VORDERSEITE**



DETAILS LABEL UND CLAIM

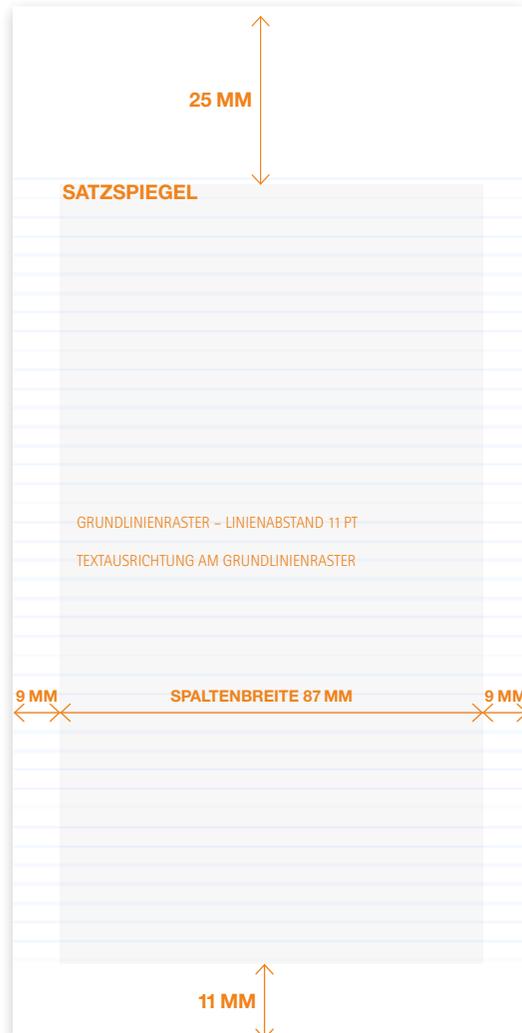
Zur Labelgestaltung und Bemaßung siehe Kapitel 1.4 Label

Der Claim sitzt randabfallend auf jeder Printproduktion in der rechten unteren Ecke der Titelseite.



2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | BEMASSUNG FLYER DIN LANG PLUS, HOCH

DIN LANG PLUS, HOCH 105 x 210 MM



BALKENFARBE

■ SKY	■ STONE
■ OCEAN	■ MANDARIN
■ MAUVE	■ LIME
■ HIBISKUS	■ SUN

HÖHE 8,5 MM

BALKENHEADLINE

□ WEISS

■ ROTIS SANS SERIF STD EXTRA BOLD

■ BÜHNENTEXT EINZEILIG 14 PT

■ BÜHNENTEXT ZWEIZEILIG 12 PT

FLIESSTEXT

■ TITAN

■ ROTIS SANS SERIF STD LIGHT

SCHRIFTGRÖSSE 9 PT

#WirtschaftGestaltetMit

Die drei Top-Themen: Bayerns Wirtschaft braucht ...

- Energie
- Arbeitskräfte
- weniger Bürokratie

Am 8. Oktober wählt Bayern einen neuen Landtag. Die IHK für München und Oberbayern setzt sich dafür ein, dass die Landespolitik die richtigen Weichen für eine erfolgreiche und wettbewerbsfähige Zukunft des Wirtschaftsstandorts Bayern stellt.

Die neun bayerischen IHKs haben zu allen wirtschaftspolitisch relevanten Themen Forderungen aufgestellt.

Es sind Positionspapiere zu folgenden Themen entstanden:

- Arbeitsmarkt/Bildung/Fachkräfte
- Standort/Fläche
- Bürokratie/Verwaltung
- Energie- und Umweltpolitik
- Digitalisierung
- Steuern
- Gründung, Innovation und Finanzierung
- Verkehr und Mobilität
- Außenwirtschaft

Alle Positionspapiere sowie Stimmen aus Wirtschaft und Politik gibt es unter ihk-muenchen.de/landtagswahl

Ansprechpartner/-in:
 ☎ 089/5116-0 ✉ info@muenchen.ihk.de

[ihk-muenchen.de](https://www.ihk-muenchen.de) /newsletter

Gestaltung: ideenmühle.com | Bildnachweis: Adobe Stock • Photo: Agave

ZWISCHENHEADLINE

■ OCEAN ■ TITAN

■ ROTIS SANS SERIF STD BOLD

SCHRIFTGRÖSSE 9 PT

TEXTHINTERLEGUNG

■ OCEAN

2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | FLYER DIN LANG HOCH | ANWENDUNGSBEISPIEL 6-SEITER

DIN LANG HOCHFORMAT

Wie kann ich mitmachen?

- Informieren und im Probezugang testen unter ihk-muenchen.de/matheplus
- Interesse geweckt? Fordern Sie einen vollumfänglichen, kostenfreien Zugang zu matheplus an. Hierzu füllen Sie bitte das Formular auf ihk.skilltime.eu/m aus.
- Voraussetzungen erfüllt? Ihre Schule oder Ihr Ausbildungsunternehmen liegt im Bezirk der IHK für München und Oberbayern? Dann erhalten Sie die Zugangsdaten für Ihre Gruppe innerhalb weniger Tage an die angegebene Mail-Adresse.
- Los geht's! Aufgabepakete erstellen und Zugänge an die Jugendlichen weiterleiten oder die Jugendlichen selbstständig üben lassen.

Unser Service für Sie

Wir bieten Ihnen eine kostenfreie Nutzung des Online-Lernprogramms matheplus®. Bei Fragen stehen wir Ihnen selbstverständlich auch zur Seite.

Unsere Partner von der SkillTime Agency beraten Sie gerne zu allen Einsatzmöglichkeiten:

- Weitere gezielte Infos für Schüler, Azubis, Lehrkräfte und Eltern
- Webinare zu Funktionsweise und Einsatzmöglichkeiten
- Fragen, Probleme, Kontakt? Bei konkreten Anwendungsfragen können Sie sich an @service@skilltime.net wenden.

SkillTime Agency

Die SkillTime Agency GmbH hat das Online-Lernprogramm matheplus® in Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen entwickelt und in diesem Programm die wichtigsten Grundanforderungen in Mathematik zusammengefasst. SkillTime ist spezialisiert auf den dynamischen Transfer von Wissen und Information unter Nutzung moderner Medien.

matheplus®

Informationen | Kontakt

☎ 089 5116-0
 ✉ anne.rossbach@muenchen.ihk.de
 🌐 ihk-muenchen.de/matheplus

ihk-muenchen.de
ihk-muenchen.de/newsletter

matheplus®

macht fit für Schule und Ausbildung

München und Oberbayern

Wirtschaft für Zukunft

macht fit für Schule und Ausbildung

gkeiten werden nach wie vor in allen Stufen beruflichen Ausbildung von Jugendlichen erstarkeiten des Einsatzes von digitalen Hilfsmitteln den grundlegenden Bereichen der Mathematik n auch später den Berufsalltag erfolgreich

ietet die IHK für München und Oberbayern tzung in der Entwicklung mathematischer das Online-Lernprogramm matheplus®.

Besondere an matheplus®?

nternet gestütztes, modular aufgebautes erzeuge zum Erwerb und zur Festigung mathe- ntrnisse.

matheplus® ist die individuell anpassbare Estel- aketen. Die Lehrkraft oder der Ausbilder kann i Bedürfnissen und Lernbedarfen der Schüler ausgerichtet eigenständig erstellen.

Was sind die Vorteile?

- Mit wenigen Mausklicks können die Verantwortlichen Aufgabepakete erstellen und deren Erledigung verfolgen.
- Aufgabenerstellung, Korrektur und Auswertung in Echtzeit nimmt den Verantwortlichen viel Arbeit ab und sichert den Lernerfolg.
- Die Inhalte der Übungsaufgaben werden für jede einzelne Aufgabe dynamisch erzeugt. Dadurch steht ein unendlich großer Aufgabenpool zur Verfügung.
- Falsch gelöste Aufgaben werden sofort mit den Originalzahlen ausführlich erklärt.

An wen richtet sich das Angebot?

- An Lehrkräfte von Mittel- und Realschülern ab der 7. Jahrgangsstufe
- An Ausbilder für ihre Auszubildenden vor und zu Beginn einer Berufsausbildung
- An engagierte Jugendliche, die sich gezielt und eigenständig in einzelnen Bereichen verbessern wollen

Welche Themen werden behandelt?

▪ Grundlagen	▪ Potenzen
▪ Funktionen	▪ Prozentrechnung
▪ Geometrie	▪ Textaufgaben
▪ Gleichungen	▪ Bruchrechnen

In Ausbildungsunternehmen ...

- werden durch das Online-Lernprogramm die mathe- matischen Grundkenntnisse der Auszubildenden verbessert.
- kann durch die Unterstützungsmaßnahme die Berufs- ausbildung erfolgreich abgeschlossen werden.
- kann je nach Unternehmensvorgabe und Zielgruppe der Lernprozess entweder eigenständig erfolgen oder über die Ausbilder gesteuert werden.

In der Schule ...

- kann die Lehrkraft im Präsenzunterricht jeweils zum Lehrplan passende Beispiele auswählen und ohne Aufwand im Unterricht besprechen.
- sowie im Klassenverbund und Zuhause kann jeder Schüler einzeln mit seinem persönlichen Account üben und auch von der Lehrkraft erstellte Aufgabepakete bearbeiten.
- kann die Lehrkraft dabei den Lernprozess in Echtzeit verfolgen und die Ergebnisse kontrollieren.
- können so auch Vertretungsstunden in optimaler Weise genutzt werden.

2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | FLYER DIN LANG HOCH | ANWENDUNGSBEISPIEL 8-SEITER ALTARFALZ



DIN LANG HOCHFORMAT



KLAPPSeiten - RÜCKSEITE - TITEL

2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | FLYER DIN LANG HOCH | ANWENDUNGSBEISPIEL 10-SEITER ZICK-ZACK-FALZ



Service und Beratung

ihk-muenchen.de

**München
Oberbayern**

Wir unterstützen Sie beim internationalen Handel

Beratung Auslandsgeschäft
Uns international durchdringbar, braucht es erfahrene und verlässliche Ansprechpartner. Daher steht Ihnen unser Team International bei allen Fragen rund um den Einstieg ins Auslandsgeschäft sowie den Import und Export von Waren und Dienstleistungen beratend und im Rahmen von Events zur Seite.

Länderberatung
Gemeinsam mit dem weltweiten Netzwerk der Auslandsratskammern (ARK) beantworten wir landesspezifische Fragestellungen oder vermitteln Kontakte.

Becheinigungsstelle für Exportsdokumente
Wir stellen Umrangierungsschein, Carnets und sonstige dem Außenwirtschaftsministerium dienende Bescheinigungen aus.

Außenwirtschaftsportal Bayern
Hier finden Sie aktuelle Informationen und Veranstaltungen u.a. zu den Themen Internationalisierung, Export, Import, Zoll sowie Mitarbeiterberatung und Dienstleistungserbringung in Europa.
international.ihk.de

Wir fördern aktives Nachhaltigkeits- und Umweltmanagement

Beratung Umwelt und Kreislaufwirtschaft
Die Anforderungen an die Vermeidung, Verwertung und Beseitigung von Abfällen sind komplex. Wir beraten Sie, was Sie beim betrieblichen Umweltschutz (z.B. im Umgang mit Elektrogeräten, Verpackungen, Gefahrstoffen, Störfachschaltungen, Gewerbeabfällen und Entsorgung) beachten müssen.

Beratung Klimaschutz und Energiewende
Wir unterstützen Sie im Bereich der Treibhausgasreduktion und Klimaschutz, der Energie- und Ressourceneffizienz sowie beim Umstieg auf erneuerbare Energiequellen mit einer Einberaterung und Projektschritt sowie der Vermittlung von Partnern oder Netzwerken. Zudem beraten wir zu energie- und klimapolitischen Entwicklungen und den daraus resultierenden Anforderungen und Gestaltungsvarianten.

Beratung Nachhaltigkeitsmanagement und Umweltmanagementsysteme sowie EMAS-Registrierung
Wir beraten Sie zu den Themenfeldern Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Lieferkettengestaltung, Energie, nachhaltige Innovationen, Biodiversität, Corporate Volunteering sowie zu aktuellen Förderprogrammen. Wir unterstützen Unternehmen bei der Ein- und Fortführung von Umweltmanagementsystemen (insbesondere EMAS - Eco-Management und Audit Scheme).

Einberaterung E-Mobilität im Unternehmen
Sie möchten Ihren Fuhrpark auf E-Mobilität umstellen? Wir unterstützen Sie z.B. bei Fördermitteln, Kosten und Umsetzung.

IHK-Recyclingbörsen
Ein digitaler Service für die Suche nach Abnehmern und Anbietern von unentwerteten Stoffen, Abfällen und Produktionsrückläufen.
ihk-recyclingboerse.de

Wir helfen in Krisen und bei der Lösung von Konflikten

Liquiditätsberatung
Unsere betriebswirtschaftlichen Berater stehen im Rahmen einer Einberaterung mit Rat und Tat bei allen Fragen rund um die Liquiditätssteuerung zur Seite.

Insolvenzrechtliche
Klären Sie in einer Einberaterung u.a. wie ein Insolvenzverfahren eingeleitet und abgewickelt wird, welche Risiken der Strafbarkeit und persönlichen Haftungen es gibt und was zu tun ist, wenn Ihr Geschäftspartner insolvent ist.

IHK-muenchen.de/Einigungsstelle

- ↳ **Schlichtergericht der IHK München**
Wir bieten einen Weg, um im Wirtschaftsalltag Streit beizulegen und einseitige, selbstreife Urteile zu vermeiden, ohne ein staatliches Gericht anrufen zu müssen. So sparen Sie Zeit und Geld.
- ↳ **IHK Mediationszentrum**
Wir unterstützen Sie bei außergerichtlichen Streitbeilegung u.a. Anbahnung von Mediationsverfahren, Bereinigung von Machtmissbrauch, Benennung von kompetenten und neutralen Wirtschaftsmediatoren.
- ↳ **Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten**
Sie haben eine Abmahnung erhalten, die Sie für unberechtigt halten. Was nun? Unternehmen, die gegen einen Wettbewerbsverstoß vorgehen möchten oder abgemahnt wurden, können sich bei der Einigungsstelle melden.

Wir sorgen für qualifizierte Fachkräfte

Ausbildungsberatung
Wir sind Ihr Partner rund um das Thema Ausbildung: Von der Beratung zur Anerkennung als Ausbildungsbetrieb, über das Ausbildungsmanagement und die Lösung von Problemen bis hin zur Zweigugausbildung stehen wir an Ihrer Seite.

Integrationsberatung
Wir unterstützen Sie, wenn Sie Geflüchteten oder Neu-Zugewanderten im Praktikum oder eine Ausbildung in Ihrem Unternehmen anbieten wollen.

Beratung zur Anerkennung ausländischer Berufsausschlüsse
Wir beraten Sie, die im Ausland einen Berufsausschluss erworben haben und diesen in Deutschland anerkennen lassen wollen, ebenso wie Unternehmen bei der Einberaterung von Qualifikationsverfahren aus dem Ausland.

IHK FISA
Die IHK FISA (Foreign Skills Approval) übernimmt die Bewertung und Anerkennung ausländischer Berufsausschlüsse von Berufen aus Industrie, Handel, Gastronomie und Dienstleistung.
ihk-fisa.de

Beratung Fachkräfte finden und binden
Wir unterstützen Sie dabei, Fachkräfte im In- und Ausland zu finden. Zudem beraten wir Sie, wie Ihr Unternehmen durch Maßnahmen wie z.B. betriebliches Gesundheitsmanagement so attraktiv wird, dass die gewonnenen Fachkräfte langfristig bei Ihnen bleiben.

Service und Beratung
ihk-muenchen.de

Unser Service- und Beratungsangebot finden Sie unter:

ihk-muenchen.de/service

Wir unterstützen Sie in Ihrem unternehmerischen Alltag

Betriebswirtschaftliche Beratung
Wir stehen Ihnen in allen Unternehmensphasen zur Seite und unterstützen Sie bei betriebswirtschaftlichen, rechtlichen oder steuerrechtlichen Herausforderungen, wenn Sie Produkte auf den Markt bringen oder exportieren. Wir informieren Sie über Voraussetzungen und Risiken.

Recht- und steuerrechtliche Erstauskunft
Ihre Fragestellungen bezüglich des Arbeitsrechts, Mietrechts, Markenrecht, Urheberrecht, Vertragsrecht, Ausländerrecht oder Datenschutz sowie zu allgemeinen Steuerthemen beantworten wir gerne.

Produkt- und Lebensmittelicherheitsberatung
Herstellern, Importeuren und Händlern müssen Verbraucherschutz- und Sicherheitsanforderungen beachten, wenn sie Produkte auf den Markt bringen oder exportieren. Wir informieren Sie über Voraussetzungen und Risiken.

Beratung New Work und mobiles Arbeiten
Ihre Fragestellungen bezüglich des Arbeitsrechts, Mietrechts, Markenrecht, Urheberrecht, Vertragsrecht, Ausländerrecht oder Datenschutz sowie zu allgemeinen Steuerthemen beantworten wir gerne.

Transportberatung
Wir beraten unabhängig vom Verkehrsträger zu nationalen und internationalen Transporten und Gefahrguttransporten.

Wir weisen den Weg durch die Finanzierungs- und Förderlandschaft

Förderberatung
Wir beraten Sie über Fördermöglichkeiten, egal, ob Sie ein Unternehmen gründen oder weiterentwickeln möchten. Auch wenn Sie innovativen vortreiben oder international expandieren wollen, finden wir die passende Förderprogramme.

Finanzierungsprächzeit
Ein gemeinsames Gespräch mit der IFA Förderbank Bayern: In vertraulichen Einzelgesprächen mit Experten der IFA werden Finanzierungsmöglichkeiten aufgezeigt.

Nachfolgebörsen
Planen Sie Ihren Unternehmensübergang richtig? Mit unseren Informationen und Checklisten behalten Sie den Überblick. Wir vermitteln nachfolgereisere Unternehmen sowie potenzielle Nachfolger bzw. Käufer.

Musterverträge
Wir beraten Sie bei der Erstellung von Vertragsunterlagen zum Download, um Sie u.a. bei der Beschäftigung von Mitarbeitern, beim Schutz von Geschäftsdaten, Produkten oder Erfindungen sowie in der Zusammenarbeit mit Dritten zu unterstützen.
ihk-muenchen.de/mustervertraege

Standortportal
Lage, Verkehrsanbindung, Baurecht, Gewerbesteuerheftungsplan - viele Faktoren entscheiden, ob ein Standort ideal ist. Erfahren Sie, welche Gewerkeflächen im Freistaat Bayern verfügbar sind und bewerten oder vergleichen Sie diese.
ihk-muenchen.de/standortportal

Auftragsberaterzentrum Bayern (ABZ)
Sie sind an der Akquis von öffentlichen Aufträgen interessiert? Wir beraten zum Öffentlichen Auftragswesen im Liefer- und Dienstleistungsbereich in Deutschland und Europa.
abz-bayern.de

IHK-Geschäftsstellen in der Region

Ingolstadt
Schnitz-Strasse 4-6, 85065 Ingolstadt
☎ 0841 93871-0
ihk-muenchen.de/ingolstadt

Milchhof
Pflägers-Strasse 18 & 84463 Milchhof
☎ 08931 90179-0
ihk-muenchen.de/milchhof

Regio München
Max-Joseph-Strasse 2, 80333 München
☎ 089 5116-0
ihk-muenchen.de/region-muenchen

Rosenheim
Frohenstrasse 16, 83022 Rosenheim
☎ 08921 2338-0
ihk-muenchen.de/rosenheim

Weilheim
Pflanzstrasse 30-32, 82362 Weilheim
☎ 0891 925474-0
ihk-muenchen.de/weilheim

IHK-Geschäftsstellen in der Region



Serviceportal | Meine IHK
Von Ihnen sind Sie mit Ihren Fragestellungen und Kontakten über das Serviceportal der IHK. Die digitalen Dienstleistungen rund um Ihre Mitgliedschaft und den IHK-Beratung werden kontinuierlich weiter ausgebaut.
meine.ihk-muenchen.de

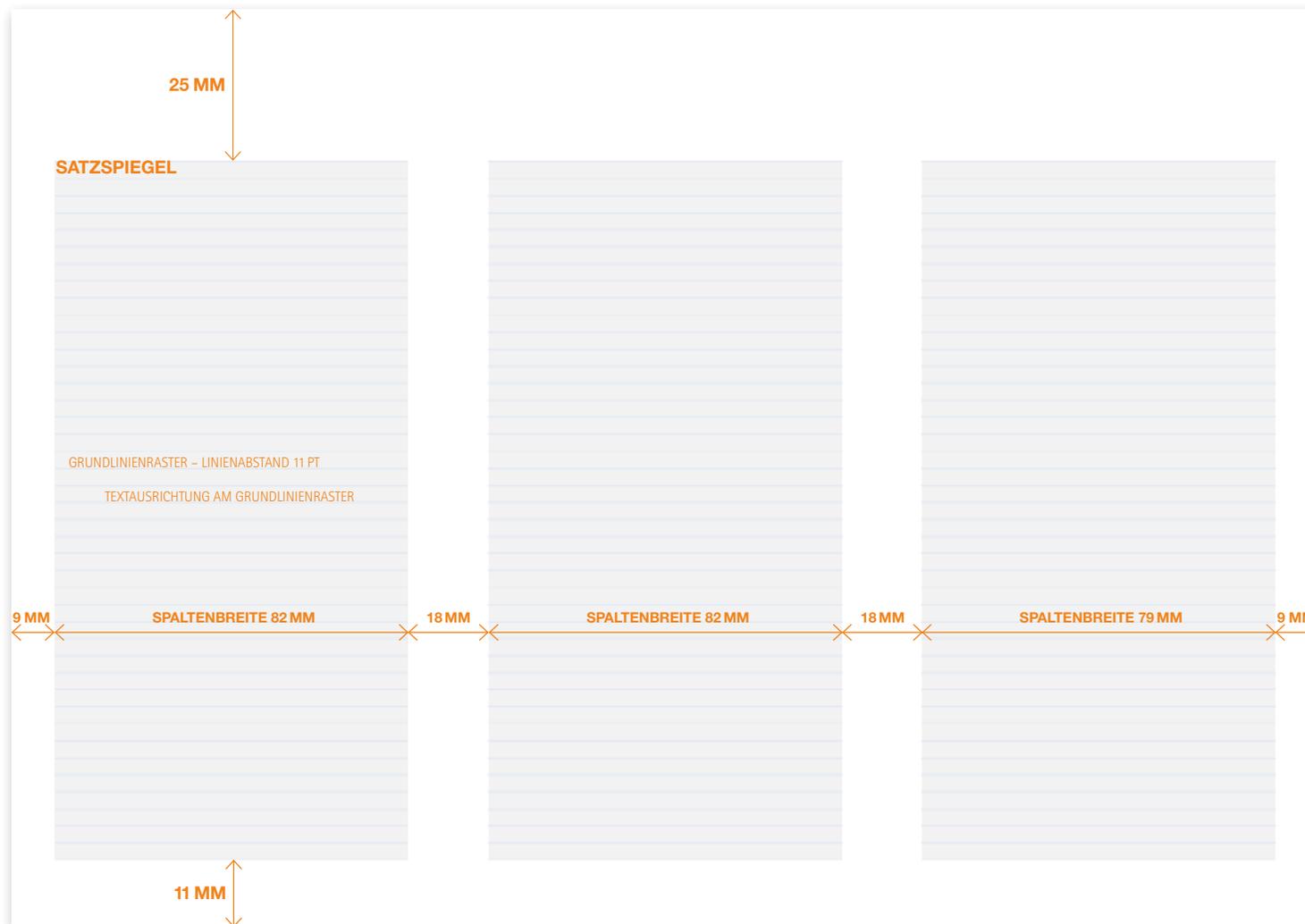
QR Code
Die Adressen und Anfahrtskarten unserer IHK-Geschäftsstellen finden Sie auch online unter ihk-muenchen.de/standorte

Folgen Sie uns!

ihk-muenchen.de | [ihk-muenchen](https://www.facebook.com/ihk-muenchen)
[ihk-muenchen](https://www.instagram.com/ihk-muenchen) | [ihk-muenchen](https://www.youtube.com/channel/UC...)
[ihk-muenchen](https://www.linkedin.com/company/ihk-muenchen) | [ihk-muenchen](https://www.tiktok.com/@ihk-muenchen)

2.1.2 | PRINTMEDIEN | INFOKARTEN & -FLYER | FLYER DIN LANG HOCH | BEMASSUNG 6-SEITER WICKELFALZ

DIN LANG HOCH 100 × 210 MM



Für nähere Infos
zur Titelseite
siehe Bemaßung des
DIN lang Flyers

2.1.3 | PRINTMEDIEN | BROSCHÜREN | ANWENDUNGSBEISPIEL BROSCHÜRE DIN A4



Recyclingfähige und nachhaltige Verpackungen

Ein Leitfaden für Unternehmen



DIN A4 HOCHFORMAT

2 | INHALT

Inhalt

1. Nachhaltige Verpackungen als Thema	3
2. Die Recyclingfähigkeit von Verpackungen verbessern	5
2.1 Verkaufs- und Umverpackungen	6
2.2 Serviceverpackungen	9
2.3 Transport- und Versandverpackungen	10
2.4 Pfand- und Mehrwegsysteme	11
2.5 Tipps für den Handel	12
3. Schritte für die Entwicklung eines neuen Verpackungskonzepts	14
3.1 Welches Produkt eignet sich für ein neues Konzept?	15
3.2 Welche Einflussgrößen gilt es zu berücksichtigen?	15
3.3 Welche Materialien kommen infrage?	16
3.4 Welche Geschäftsbereiche müssen eingebunden werden?	19
3.5 Wie sieht die Finanzierung des Konzepts aus?	21
4. Weitere Informationen	22
5. Informations- und Beratungsangebote der bayerischen IHKs	24
6. Glossar	25
7. Literaturverzeichnis	27
Ansprechpartner der bayerischen IHKs	29
Impressum	30

NACHHALTIGE VERPACKUNGEN ALS THEMA | 3

1. Nachhaltige Verpackungen als Thema

Verpackungen sind in den meisten Fällen unerlässlich Bestandteile des Produkts. Neben dem Schutz des Produkts bei Herstellung, Lagerung, Transport und Verkauf werden durch Verpackungen oft Hygienebestimmungen erfüllt, und die Haltbarkeit verlängert sich. Auch die Informationen zum Produkt oder zu dessen Handhabung und die Löse der Inhaltstoffe sind Teil der Verpackung. Gebrauchte Verpackungen machen den größten Teil der Abfälle aus Haushalten aus. Die Menge steigt seit Jahren, und im Jahr 2017 fielen in Deutschland 18,72 Mio. Tonnen Verpackungsmüll an. Im Vergleich zum Jahr 1990 hat sich der Verbrauch von Kunststoffverpackungen sogar verdoppelt [1]. Gründe sind die Zunahme von Einwegflaschen, Kleinverpackungen und Onlinehandel sowie der Trend zu Fertigprodukten und dem Verzehr von Lebensmitteln für unterwegs (Lo-go*) [2, 3].

Stoffkreisläufe schließen, Verpackungen einsparen und nachhaltiger bzw. recyclingfähiger konzipieren – das sind Herausforderungen, denen sich aktuell nicht nur die Gezielte stellen, sondern die auch auf Designer, Produzenten, Industrie und Händler zukommen. So enthalten beispielsweise das EU-Kreislaufwirtschaftspaket und das Verpackungsgesetz ambitionierte Ziele und Vorgaben. Bis 2022 müssen erheblich mehr Verpackungen recycelt werden, so die deutsche Gesetzgebung (siehe Abb. 1). Vor allem die Kunststoffarten stehen im Fokus der öffentlichen und politischen Diskussion.

Abb. 1: Gesetzlich vorgegebene Recyclingquoten aus dem Verpackungsgesetz

Materialart	Vorgabe ab 2022	Vorgabe ab 2019	Vorgabe bis Ende 2018
Kunststoffe	63%	50%	50%
Kunststoff-Wellblech	90%	90%	90%
Aluminium	90%	90%	90%
Glas	90%	90%	90%
Porzellan/Stein	90%	90%	90%
Verblede bzw. Gipskartensystem	80%	80%	80%

Quelle: BMU 2019 [4]

Davon zeugen die im Jahr 2018/19 auf EU-, Bundes- und Länderebene verabschiedeten Strategien, wie die Plastikstrategie, die Verbote von Einwegplastikartikeln durch die Europäische Kommission, der 5-Punkte-Plan für weniger Plastik des Bundesministeriums und der Beschluss zur Vermeidung von Kunststoffabfällen. Auch der bayerische Koalitionsvertrag enthält hierzu Punkte, u. a. einen Pakt mit der Wirtschaft zur Verringerung von Mikroplastik, ein Maßnahmenpaket zur Reduktion von Kunststoffabfällen sowie die Unterstützung der Bundesinitiative zum Verbot von Mikroplastik in Kosmetika. Die Systembetreiber, also die Unternehmen, die den Verpackungsauffall sammeln, sortieren und recyceln, müssen die vorgegebenen Recyclingquoten einhalten. Sie sind außerdem angehalten, ihre Gebührensysteme anzupassen. Das heißt: Für recyclingfähige Verpackungen sollten geringere Gebühren erhoben werden. Darüber hinaus wünschen sich auch die Verbraucher weniger Verpackungen und wenn nötig, dann nachhaltigere Alternativen. Große Produzenten und Handelsketten haben daher

Hinweis

Mehr Informationen zu den genannten rechtlichen Bestimmungen und Vereinbarungen finden Sie im Glossar!

2.1.3 | PRINTMEDIEN | BROSCHÜREN | ANWENDUNGSBEISPIEL BROSCHÜRE DIN A4



Inhalt

- 1. Nachhaltige Verpackungen als Thema
- 2. Die Recyclingfähigkeit von Verpackungen verbessern
- 3.1 Verpackungsdesign
- 3.2 Verpackungsprozess
- 3.3 Verpackungsabfall
- 3.4 Verpackungsmüll
- 4. Weitere Informationen

1. Nachhaltige Verpackungen als Thema

Das Ziel der Broschüre ist es, die Bedeutung von nachhaltigen Verpackungen zu verdeutlichen und praktische Tipps zu geben, wie man die Recyclingfähigkeit von Verpackungen verbessern kann.

2. Die Recyclingfähigkeit von Verpackungen verbessern

Die Recyclingfähigkeit von Verpackungen kann durch verschiedene Maßnahmen verbessert werden. Ein wichtiger Aspekt ist die Verwendung von recyclingfähigen Materialien.

3.1 Verpackungsdesign

Das Design einer Verpackung hat einen großen Einfluss auf die Recyclingfähigkeit. Ein gutes Design berücksichtigt die Materialwahl, die Struktur und die Beschriftung.

3.2 Verpackungsprozess

Der Produktionsprozess einer Verpackung sollte so gestaltet werden, dass er energieeffizient und umweltfreundlich ist. Dies kann durch die Verwendung von erneuerbaren Energien und die Optimierung der Prozesse erreicht werden.

3.3 Verpackungsabfall

Die Entsorgung von Verpackungsabfall sollte so erfolgen, dass der Recyclinganteil so hoch wie möglich ist. Dies kann durch die Verwendung von recyclingfähigen Materialien und die Optimierung der Prozesse erreicht werden.

3.4 Verpackungsmüll

Die Reduzierung von Verpackungsmüll ist ein wichtiger Schritt zur Erreichung der Recyclingziele. Dies kann durch die Verwendung von wiederverwendbaren Verpackungen und die Optimierung der Prozesse erreicht werden.

4. Weitere Informationen

Informationen zu recyclingfähigen und nachhaltigen Verpackungen sind in der Broschüre zu finden. Hier sind einige Beispiele für nachhaltige Verpackungen:

4.1 Verpackungsdesign

Das Design einer Verpackung hat einen großen Einfluss auf die Recyclingfähigkeit. Ein gutes Design berücksichtigt die Materialwahl, die Struktur und die Beschriftung.

4.2 Verpackungsprozess

Der Produktionsprozess einer Verpackung sollte so gestaltet werden, dass er energieeffizient und umweltfreundlich ist. Dies kann durch die Verwendung von erneuerbaren Energien und die Optimierung der Prozesse erreicht werden.



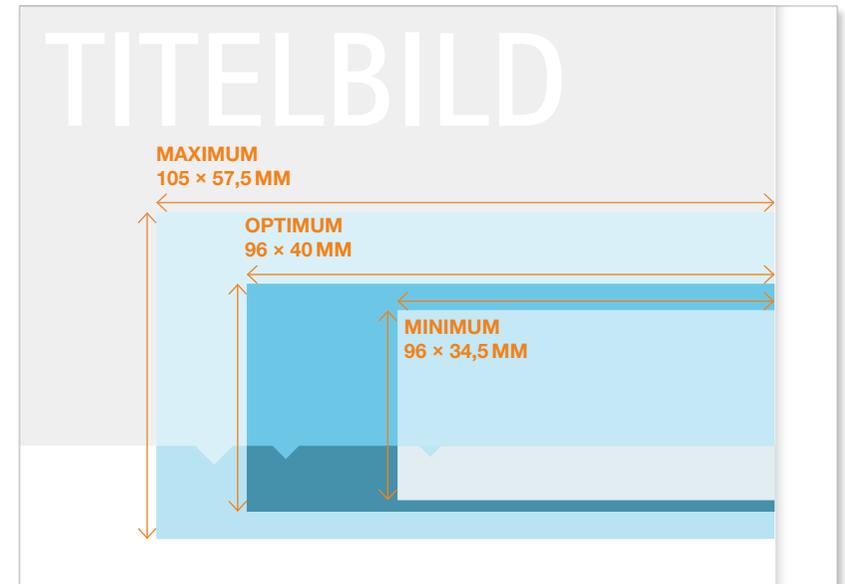
2.1.3 | PRINTMEDIEN | BROSCHÜREN | **BEMASSUNG BROSCHÜRE DIN A4 VORDERSEITE**

DIN A4 HOCH 210 × 297 MM



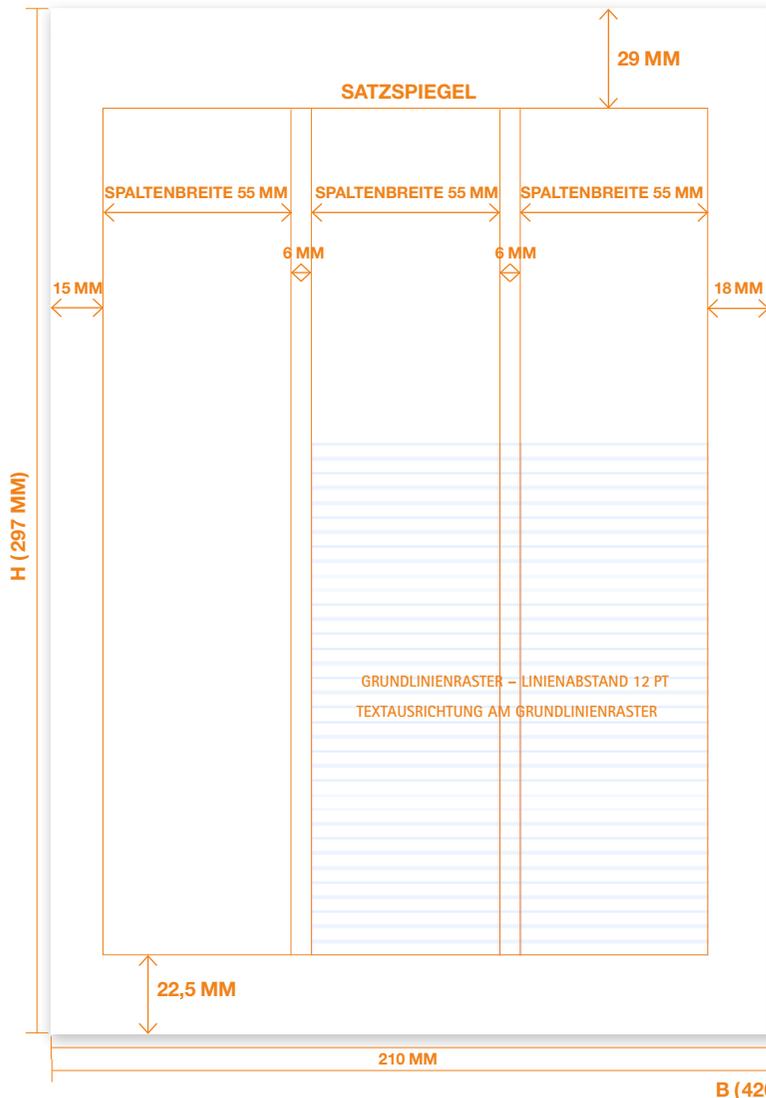
DETAILS LABEL UND CLAIM

Weitere Infos zum Label siehe Kapitel 1.4 Label



2.1.3 | PRINTMEDIEN | BROSCHÜREN | BEMASSUNG BROSCHÜRE DIN A4 INNENSEITE

DIN A4 HOCH 210 × 297 MM



B (420 MM)

DIE RECYCLINGFÄHIGKEIT VON VERPACKUNGEN VERBESSERN | 9

Beispiel Pflanztopf

Aktuelle Verpackung
Pflanztopfe sind in der Regel ein Wegwerfprodukt. Nach dem Umtopfen landet der zumeist aus Kunststoff bestehende Topf normalerweise direkt im Müll.

Lösungsansatz
Das Unternehmen meinwoody.de aus der Nähe von Coburg in Oberfranken hat einen Pflanztopf auf der Basis eines nachwachsenden Rohstoffs (Hanffasern) entwickelt, der innerhalb weniger Jahre rückstandsfrei im Boden verrottet, und produziert diesen regional in Oberfranken. Die Pflanze kann so samt Topf eingepflanzt werden. Das Pflanzenwachstum wird zudem durch den Verbund von Hanffaser und Wurzelballen begünstigt.

meinwoody.de/hanf-pflanztopf



2.2 Serviceverpackungen

Bei den Serviceverpackungen handelt es sich um Verpackungen, die im Laden direkt mit Ware befüllt werden, um den Transport nach Hause zu erleichtern. Sie werden dort meist direkt entsorgt. Bei der Optimierung von Serviceverpackungen können folgende Kriterien leitend sein:

- **Weglassen oder auf Mehrweg umstellen**
In vielen Fällen ist die Serviceverpackung nicht unbedingt notwendig. Oft hilft es bereits, beim Kunden nachzufragen, ob er eine zusätzliche Verpackung wünscht (z. B. bei Blumen, Backwaren). Auch werden im Einzelhandel immer mehr Alternativen (z. B. Mehrwegtragetaschen, Mehrwegdosen) angeboten.

- **Verpackungsmaterial und -größe prüfen**
Da die Serviceverpackungen oft eine kurze Lebensdauer haben, sollte überprüft werden, ob das Material und die Verpackungsgröße zum Produkt passen. Es kann sinnvoll sein, verschiedene Verpackungsgrößen z. B. bei Backwaren oder bei To-go-Behältern zu nutzen. Eventuell kann die Verpackung auch dünner und somit materialsparender gestaltet werden. Serviceverpackungen sollten aus nur einem Material bestehen und nicht mit Etiketten beklebt werden.

- **Weiternutzen**
Serviceverpackungen (vor allem aus Papier) eignen sich oft zur Weiternutzung. So kann die Biotonne, wenn nicht vermeidbar, als Boden-Müllbeutel im Bioabfall-Eimer ersetzen. Ein Hinweis für den Verbraucher, z. B. direkt auf der Serviceverpackung, kann hier helfen.

Serviceverpackungen werden zumeist zugekauft und sollten bereits vom Lieferanten registriert sein. Sprechen Sie Ihren Lieferanten darauf an, dass Sie Serviceverpackungen anpassen möchten, und lassen Sie sich beraten. Achten Sie auch beim Einkauf der Serviceverpackungen darauf, welche Alternativen verfügbar sind.

Einmal ohne, bitte

Die Initiative „Einmal ohne, bitte“ unterstützt Händler dabei, in den verpackungsfreien Verkauf einzusteigen. Käufer können eigene Verpackungen (Beutel, Tüten, Dosen) mitbringen, wenn sie frische Ware z. B. an der Back-, Fleisch- oder Käsetheke einkaufen. Die Initiative bietet Schulungen zu Hygiene und Handhabung sowie Aufklärungs- und Werbematerial für die Händler an. Die Läden können mit einem Sticker am Ladeneingang für den Verkauf wecheln. Der im Februar 2019 gegründeten Initiative haben sich bereits 340 Läden angeschlossen. Die Initiative startet in München und ist demnächst in ganz Bayern vertreten.

Mehr Informationen unter: einmalohnebitte.de



REITER
■ TITAN
ROTIS SANS SERIF STD LIGHT 8,5 PT

PAGINA
■ OCEAN
ROTIS SANS SERIF STD BOLD 8,5 PT



BALKENFARBE

■ SKY	■ STONE
■ OCEAN	■ MANDARIN
■ MAUVE	■ LIME
■ HIBISKUS	■ SUN

HÖHE 11,5 MM

BALKENHEADLINE
□ WEISS
ROTIS SANS SERIF STD EXTRA BOLD
BÜHNENTEXT EINZEILIG 14 PT
BÜHNENTEXT ZWEIFELIG 12 PT

TEXTINTERLEGUNG
■ 10% TITAN

SUBHEADLINE
■ OCEAN
ROTIS SANS SERIF STD BOLD
SCHRIFTGRÖSSE 14 PT

FLIESSTEXT
■ TITAN
ROTIS SANS SERIF STD LIGHT
SCHRIFTGRÖSSE 10 PT
ZEILENABSTAND 12 PT

BULLETPONTS/AUFZÄHLUNGSZEICHEN
■ TITAN ■ SKY
■ OCEAN

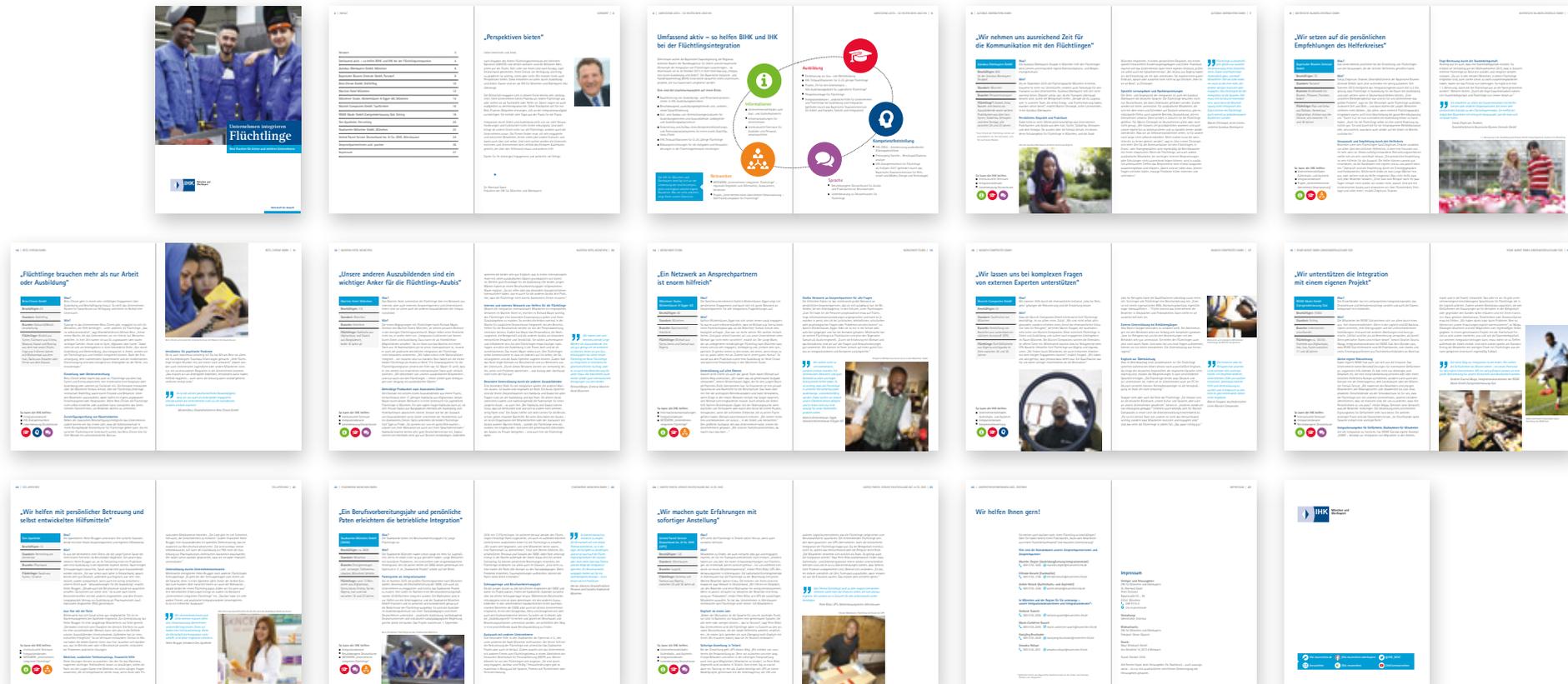
QUADRATISCH
0,8 MM



2.1.3 | PRINTMEDIEN | BROSCHÜREN | ANWENDUNGSBEISPIEL BROSCHÜRE DIN A5



2.1.3 | PRINTMEDIEN | BROSCHÜREN | ANWENDUNGSBEISPIEL BROSCHÜRE DIN A5



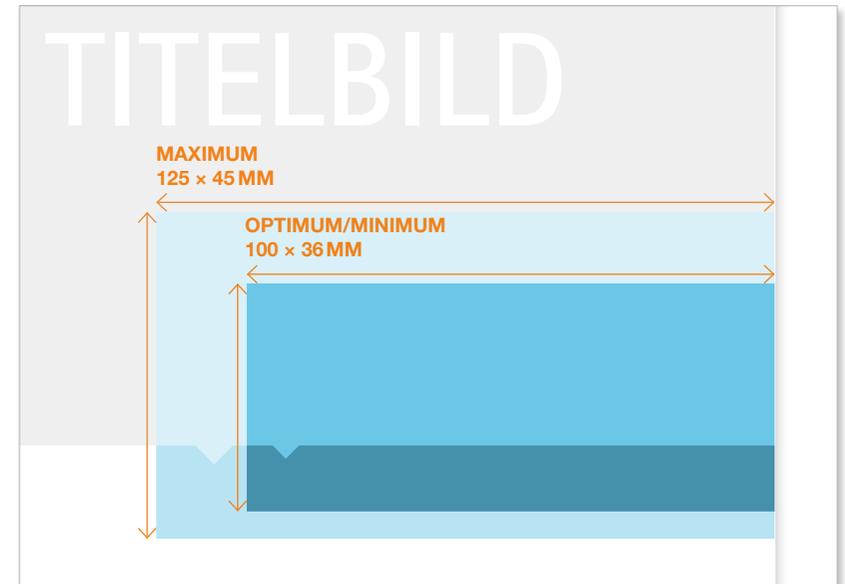
2.1.3 | PRINTMEDIEN | BROSCHÜREN | BEMASSUNG BROSCHÜRE DIN A5



DETAILS LABEL UND CLAIM

Zur Labelgestaltung und Bemaßung siehe Kapitel 1.4 Label

Der Claim sitzt rand-abfallend auf jeder Printproduktion in der rechten unteren Ecke der Titelseite. Im Falle von Partnerlogos entfällt der Claim.



- CLAIM
- SCHRIFTZUG
 - OCEAN
 - ROTIS SANS SERIF EXTRA BOLD
 - 7 PT
- BALKEN
 - SKY
 - * HÖHE 3 MM

2.1.3 | PRINTMEDIEN | BROSCHÜREN | BEMASSUNG BROSCHÜRE A5

DIN A5 HOCHFORMAT



REITER
 ■ TITAN
 ROTIS SANS SERIF STD LIGHT 8,5 PT

PAGINA
 ■ OCEAN
 ROTIS SANS SERIF STD BOLD 8,5 PT

HEADLINE
 ■ OCEAN
 ROTIS SANS SERIF STD BOLD
 SCHRIFTGRÖSSE 20 PT

BALKENFARBE

■ SKY	■ STONE
■ OCEAN	■ MANDARIN
■ MAUVE	■ LIME
■ HIBISKUS	■ SUN

HÖHE 10 MM

BALKENHEADLINE
 □ WEISS
 ROTIS SANS SERIF STD EXTRA BOLD
 BÜHNENTEXT EINZEILIG 14 PT
 BÜHNENTEXT ZWEIZEILIG 12 PT

TEXTHINTERLEGUNG
 ■ 10% TITAN

FLIESSTEXT
 ■ TITAN
 ROTIS SANS SERIF STD LIGHT
 SCHRIFTGRÖSSE 9 PT
 ZEILENABSTAND 11 PT

TEXTHERVORHEBUNGEN
 ■ TITAN ■ OCEAN
 ■ SKY
 ROTIS SANS SERIF STD LIGHT BOLD

**BULLETPUNTS/AUFZÄHLUNGS-
 ZEICHEN**
 ■ TITAN ■ SKY
 ■ OCEAN
 QUADRATISCH
 0,8 MM

6 | AUTOBUS OBERBAYERN GMBH

„Wir nehmen uns ausreichend Zeit für die Kommunikation mit den Flüchtlingen“

Autobus Oberbayern GmbH

Beschäftigte: 850
(in der Autobus Oberbayern Gruppe)

Standort: München

Branche: Personentransport

Flüchtlinge*: Joseph, Anas, Bassem und Jessica als Auszubildende sowie weitere Praktikanten aus dem Iran, Syrien, Südafrika, Äthiopien und dem Senegal, alle zwischen 20 und 25 Jahren

* Zum Schutz der Flüchtlinge nennen wir grundsätzlich nur die Vornamen, zum Teil auch keine Namen.

Was?
 Die Autobus Oberbayern Gruppe in München hilft den Flüchtlingen beim Lernen und entwickelt eigene Kommunikations- und Besprechungsformate.

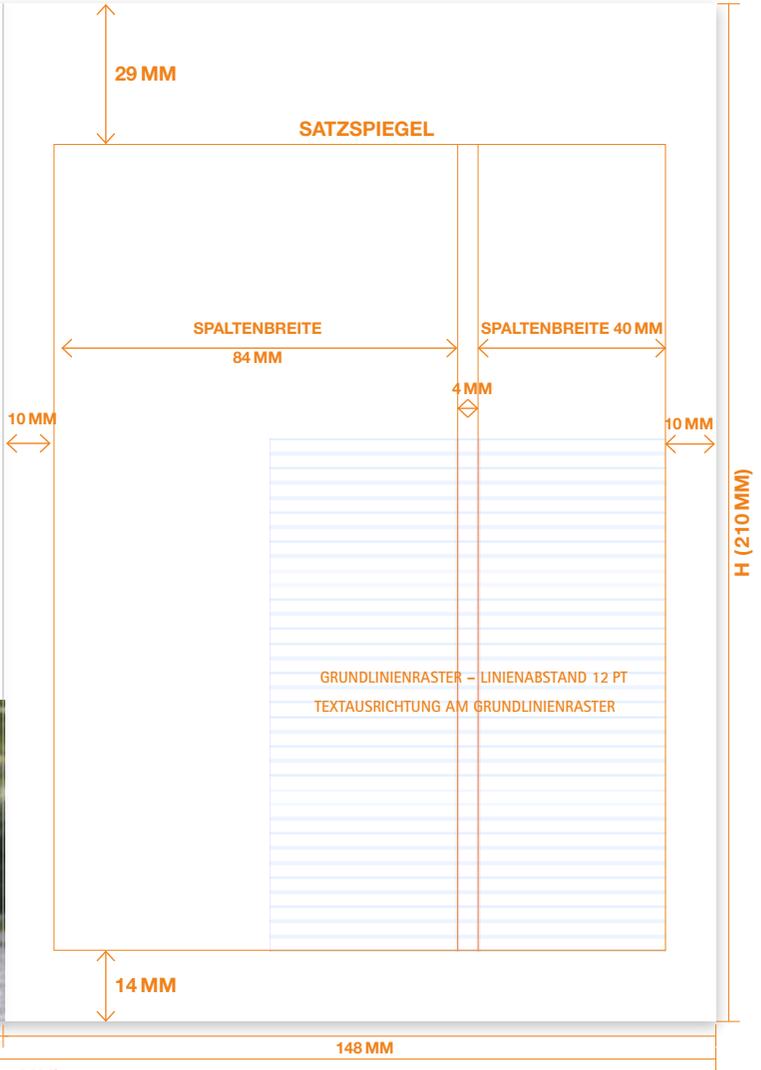
Wie?
 Als im September 2015 die Flüchtlingswelle München erreichte, brauchte es nicht nur Unterkünfte, sondern auch Fahrzeuge für den Transport zu den Unterkünften. Autobus Oberbayern ließ sich nicht zweimal bitten. Obwohl unklar war, ob der Transport überhaupt bezahlt wird, wollte die Belegschaft helfen. „Gerade die Ex-Jugoslawen in unserem Team, die selbst Kriegs- und Fluchterfahrung haben, standen sofort bereit“, erzählt Martin Christoph, Leiter Linienverkehre bei Autobus Oberbayern.

Persönliches Gespräch und Praktikum
 Dabei blieb es nicht. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen Praktikanten und Azubis aus dem Iran, Syrien, Südafrika, Äthiopien und dem Senegal. Sie wurden über die SchlaU-Schule, ein besonderes Schulangebot für Flüchtlinge in München, und die Stadt

Jetzt bei Autobus Oberbayern an Bord: Jessica aus Nigeria

So kann die IHK helfen:

- Interkulturelle Seminare
- Integrationsberater
- Lotsenberatung Deutschkurse



2.1.4 | PRINTMEDIEN | STUDIEN | ANWENDUNGSBEISPIEL STUDIE DIN A4



2.1.4 | PRINTMEDIEN | STUDIEN | BEMASSUNG STUDIE DIN A4

DIN A4 HOCH 210 × 297 MM



STÖRER
 ■ VERLAUF OCEAN – SKY
 ■ VERLAUF SKY – WEISS
 ■ DIN1451 ENGSCHRIFT



DETAILS LABEL UND STÖRER

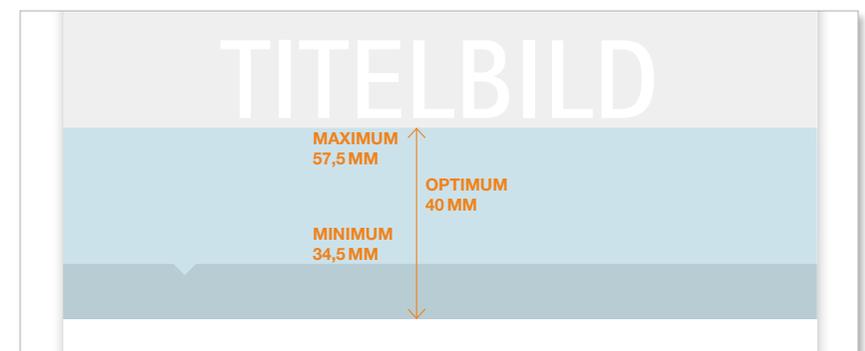
Störer werden links- oder rechtsbündig auf Titelseiten platziert. Hier findet die Schriftart DIN1451 Engschrift Verwendung.

Vor dem Störer sitzt der Pfeil mit der Spitze an der unteren Kante der ersten Zeile.

Sonderfall Studie: Hier läuft das Label über die gesamte Breite der Titelseite.

Zur Bemaßung der Innenseite siehe Kapitel 2.3 Bemaßung Broschüre DIN A4. Je nach Inhalt kann hier auch einspaltig gearbeitet werden mit einer Spaltenbreite von 177 mm.

Bei Kooperationspartner-Studien wird kein Claim verwendet. Auf der Vorderseite werden alle Logos gleich groß abgebildet.



2.1.5 | PRINTMEDIEN | POSITIONSPAPIERE | ANWENDUNGSBEISPIEL

Herausforderungen für die Mittelstandsfinanzierung: Sustainable Finance
Positionspapier

Auf einen Blick

Die EU-Kommission hält einen volkswirtschaftlichen Paradigmenwechsel für nötig, um die europäischen Nachhaltigkeits- und Klimaschutzziele zu erreichen. Im März 2018 hat sie ihren „Aktionsplan zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums“ veröffentlicht. Alle maßgeblichen EU-Gremien haben sich seither mit dem Aktionsplan beschäftigt und das Regulierungsvorhaben konkretisiert. Bei der Umsetzung der Maßnahmen muss auf folgende Leitlinien geachtet werden:

- Beibehalten der Grundprinzipien der sozialen Marktwirtschaft
- Mittelstandsfinanzierung sichern
- Keine Gefährdung der Finanzmarktstabilität
- Proportionalität für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in der Lieferkette

EU-Aktionsplan

Der EU-Aktionsplan zielt im Kern darauf ab, die Finanzwirtschaft als Hebel des wirtschaftlichen Umbaus zu nutzen. Finanzströme sollen gezielt werden. Im Mittelpunkt des EU-Aktionsplans steht die Entwicklung einer gemeinsamen Taxonomie, d. h. einer EU-weit einheitlichen Definition einer nachhaltigen Wirtschaftstätigkeit.

Forderungen

- Anwendung der Taxonomie muss freiwillig bleiben.
- Keine Ausweitung des Anwendungsbereichs auf weitere Produkte wie Kredite, Fondsermittel und Versicherungsprodukte.
- Proportionalität berücksichtigen, überhandnehmende Bürokratie vermeiden.
- Anwendungsbereich auch innerhalb von Wertschöpfungsketten beschränken.

Taxonomie beschränken

Die Taxonomie sollte lediglich deskriptiven, nicht-normativen Charakter haben und weiterhin nur auf Finanzprodukte Anwendung finden. Keinesfalls darf die Taxonomie für alle Bank- und Versicherungsprodukte verpflichtend sein, andernfalls drohen massive Engpässe bei der Unternehmensfinanzierung und Nachteile europäischer Unternehmen im internationalen Wettbewerb.

Die aktuellen Überlegungen zur Definition einer nachhaltigen Wirtschaftstätigkeit entlang der gesamten Lieferkette gehen zu weit, stellen unverhältnismäßige Eingriffe in die unternehmerischen Freiheiten dar und sind für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) nicht umsetzbar. Das Erfassen, die Dokumentation, die Bewertung und die Kontrolle von Nachhaltigkeitskriterien in der bisher diskutierten Kleinteiligkeit würde KMU überfordern.

Es muss darauf geachtet werden, dass KMU grundsätzlich nicht – auch nicht von Abnehmern in einer Lieferkette bzw. von Kunden – zur Erfassung, Dokumentation und Offenlegung komplexer Nachhaltigkeitskriterien verpflichtet werden.

IHK München und Oberbayern

Wirtschaft für Zukunft

DIN HOCHFORMAT A4

HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE MITTELSTANDSFINANZIERUNG: SUSTAINABLE FINANCE

Gesamtwirtschaft, insbesondere KMU, einbeziehen

Die Wirtschaft, die die Maßnahmen letztendlich umsetzen muss, muss in die laufenden Beratungen einbezogen werden. Die künftige „Plattform für Sustainable Finance“, die in Planung ist, sollte in einem wesentlichen Anteil durch Vertreter aus der Realwirtschaft, insbesondere KMU, besetzt sein. Daneben sind ausreichende Umsetzungsfristen zu berücksichtigen.

Forderungen

- Wirtschaft muss an der Taxonomiegestaltung teilhaben können.
- Ausreichende Umsetzungsfristen berücksichtigen.

Übergangsphasen einkalkulieren, Ausschlusskriterien vermeiden

Die Einführung einer sogenannten „brown list“ könnte dazu führen, dass diese Unternehmen nicht mehr finanzierbar sind, obwohl sie ggf. in einer gesamten Wertschöpfungskette eine wichtige Funktion übernehmen. Dadurch könnten sinnvolle, insgesamt nachhaltige Produkte oder Lösungen in der Umsetzung gefährdet werden. Gas ist dabei nicht als „braun“ bzw. „nichtnachhaltig“ zu klassifizieren. Um die Versorgungssicherheit zu gewährleisten, werden zum Beispiel in vielen Regionen Europas Kraftwerkskapazitäten benötigt.

Forderungen

- Keinen Wirtschaftszweig ausschließen.
- Keine Einführung sog. „brown lists“.
- Rolle von Gas bei der Energiewende bedenken.

Transformation ermöglichen

Es müssen Anreize geschaffen werden, um eine Transformation zu nachhaltigen Produkten und Unternehmen voran zu bringen. Die für Innovationen benötigten Finanzierungs- und Förderwege dürfen keinesfalls eingeschränkt werden.

Forderungen

- Anreize zur Transformation schaffen.

Demokratisch legitimierte Gesetzgebung erforderlich

Standards der Sustainable Finance Agenda und des Green Deals müssen durch die demokratisch-legitimierten Gesetzgeber erarbeitet werden, nicht durch nachgelagerte Europäische Finanzaufsichtsbehörden oder intransparente Expertengremien. Es ist zwingend erforderlich, dass die Konkretisierung weiterer Maßnahmen transparent und nach enger Abstimmung mit der Realwirtschaft im ordentlichen Gesetzgebungsverfahren erfolgt.

Forderungen

- Keine weitere Übertragung von gesetzgeberischen Kompetenzen durch „delegated acts“.

Green Supporting Factor nicht einführen

Ein Green Supporting Faktor ist abzulehnen, solange ein geringeres Risiko für nachhaltige Vermögenswerte nicht tatsächlich messbar und nachweisbar ist. Andernfalls wäre die Finanzstabilität gefährdet.

Forderungen

- Keine Einführung eines Green Supporting Factors.

Ausweitung der Offenlegungspflichten überdenken

Von der Einführung neuer Berichtspflichten sind durch den Kaskadeneffekt auch kleine und mittlere Unternehmen betroffen. Bevor eine Ausweitung nicht-finanzieller Berichtspflichten erfolgt, die mit dem Unternehmenserfolg nicht direkt in Verbindung stehen, ist der Nutzen kritisch zu hinterfragen.

Forderungen

- Bürokratieaufwand vermeiden: Nutzen von neuen Offenlegungspflichten hinterfragen.

Ansprechpartner:
Claudia Schliebach | 089 5116-1331 | @schliebach@muenchen.ihk.de
Nicole Kieber | 089 5116-1339 | @kieber@muenchen.ihk.de

IHK-muenchen.de | **/ihk.muenchen.oberbayern** | **@IHK_MUC**
ihk-muenchen.de/newsletter | **xing.com/company/ihk-muenchen** | **/user/ihkfuermuenchen**

Gestaltung: klemmertz.com, Bildagentur: AdobeStock, Philipp Story

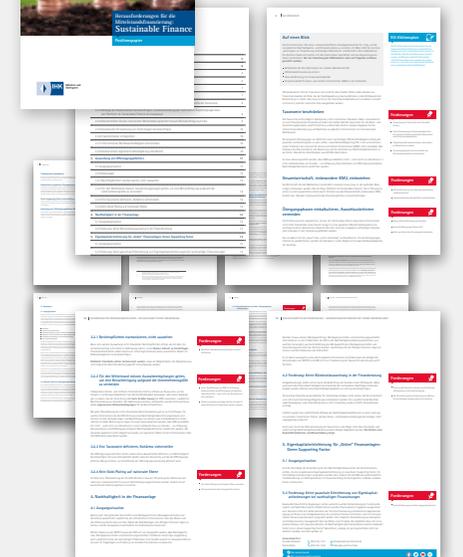
POSITIONSPAPIERE

Sie werden verwendet, um die Position der IHK zu bestimmten (politischen) Themen zu definieren und Forderungen oder Vorschläge an die Politik zu formulieren.

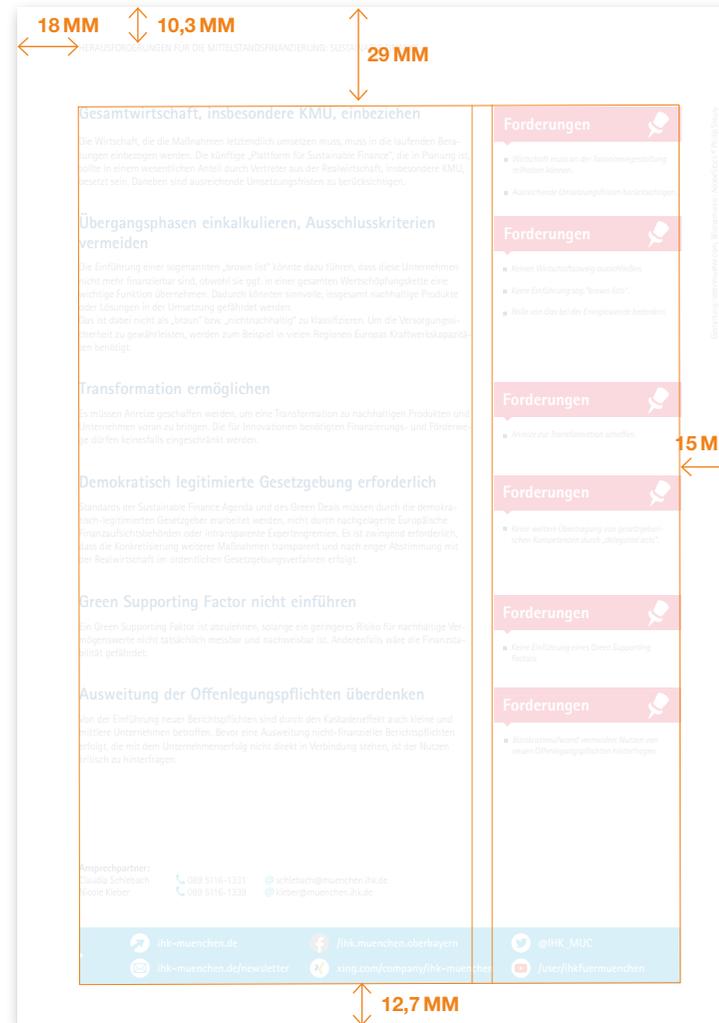
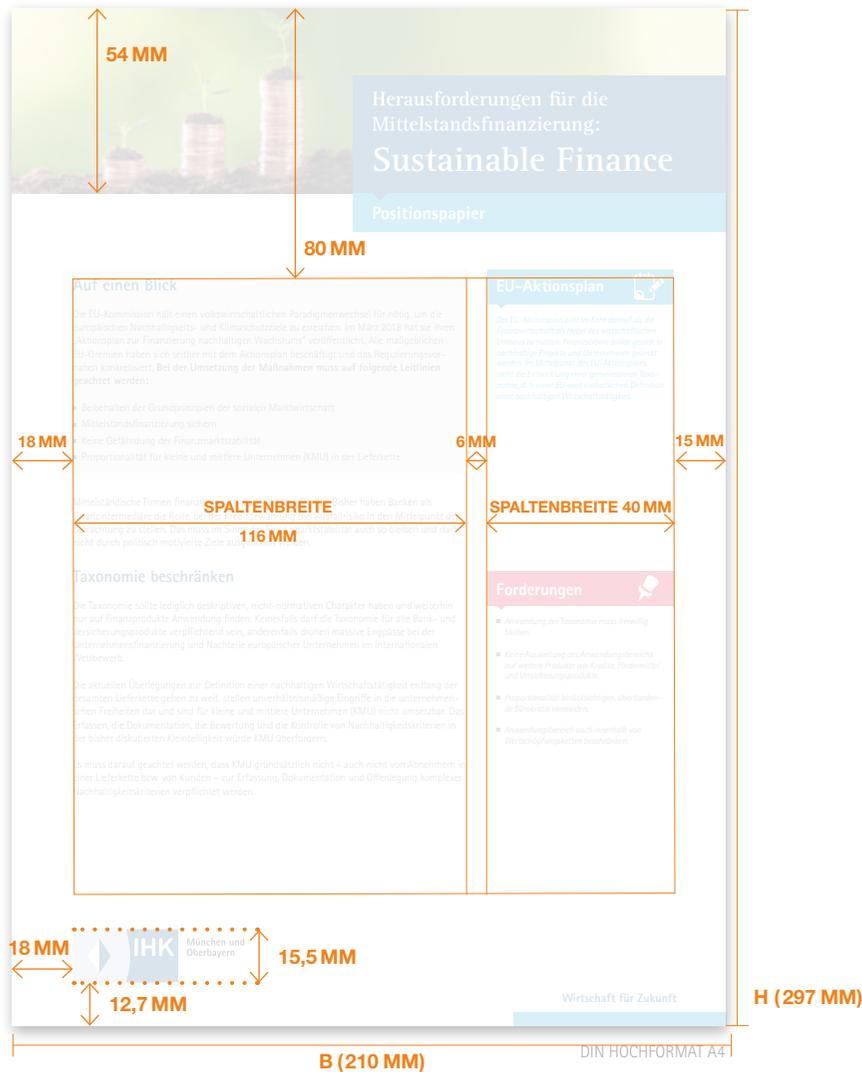
Positionspapiere sind je nach Inhalt meist zweiseitig; Sollte der Inhalt eine zweiseitige Gestaltung überschreiten, ist ein Positionspapier wie eine Broschüre anzulegen (siehe unten). Bei



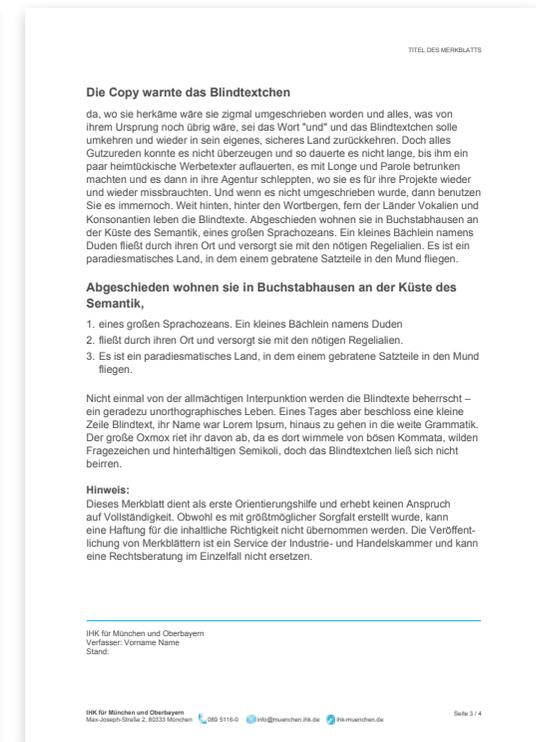
einer reinen Online-Publikation empfiehlt sich die Verwendung von Einzelstatt Doppelseiten.



2.1.5 | PRINTMEDIEN | POSITIONSPAPIERE | BEMASSUNG



2.1.6 | PRINTMEDIEN | MERKBLÄTTER | ANWENDUNGSBEISPIEL



MERKBLÄTTER (WORDVORLAGE)

Merkblätter werden in Word angelegt.
Dort sind Titelbild und Schriftgrößen sowie Tabellenformate hinterlegt.

2.1.7 | PRINTMEDIEN | BESCHLUSSVORLAGEN

 **München und Oberbayern**

Sitzungstermin:

Gremium:

Thema:

 Pro

 Contra

 Fazit

 **München und Oberbayern**

Sitzung des Präsidiums/Vollversammlung TT. Monat JJJJ
TOP [Nr.] Titel

1. Einführung

 Text

2. Auswirkungen für die IHK-zugehörige Wirtschaft / Gründe für das Engagement der IHK

 Text

3. Bewertung im Sinne der Gesamtinteressenvertretung (ggf. Abwägung unterschiedlicher Positionen)

 Text

4. Beschlussempfehlung/Beschluss

 Text

Vorname Nachname | 089 5661-XXX | Nachname@muenchen.ihk.de

 **München und Oberbayern**

Sitzung der Vollversammlung TT. Monat JJJJ
TOP [Nr.] Titel

Beschlussempfehlung

 Text

Begründung

 Text

Vorname Nachname | 089 5661-XXX | Nachname@muenchen.ihk.de

BESCHLUSSVORLAGEN

Zur Dokumentation von Beschlüssen und Entscheidungen.

2.2 DIGITALE FORMATE

IHK für München und Oberbayern

2.2. | DIGITALE FORMATE | SCHRIFTEN UND FORMATE

ACHTUNG: DIE WEB-SCHRIFT IST DIE SOURCE SANS 3.

Grundsätzlich ist darauf zu achten, die Informations- bzw. Textmenge der Facebookbilder und Infografiken soweit wie möglich zu reduzieren, da sie auch auf Smartphones erfassbar sein muss!

Aktuelle Formate für Facebook-Anzeigen unter:

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/BUSINESS/ADS-GUIDE](https://www.facebook.com/business/ads-guide)

Das Logo steht immer links unten als Bildmarke (außer bei Headerbildern).
Schutzzone: halbe Raute (außer bei Twitter).

BILDNACHWEIS

Den Bildnachweis bitte möglichst senkrecht links oder rechts oben platzieren.

Der Bildnachweis ist für alle Stockphotos verpflichtend, sofern sie nicht auf der Webseite mit Nachweis hinterlegt sind!

DIE IHK NUTZT FOLGENDE FORMATE FÜR DIE SOZIALEN NETZE:

WEB generell:	1920 × 1080 px, 150dpi
FACEBOOK	Bildpost: 4:5 (1200 × 1500 px)
LINKEDIN	Bildpost: 4:5 (1200 × 1500 px) Event-Header: 1920 × 1080 px
X (Twitter):	1600 × 900 px, 150 ppi
XING:	Bildpost: 4:5 (1200 × 1500 px)
YOUTUBE VIDEO:	1280 × 720 px

HEADER-FORMATE

FACEBOOK:	Titelbild: 851 × 315 px Profilbild: 196 × 196 px Event-Header: 1920 × 1080 px
LINKEDIN	Titelbild Unternehmen: 1128 × 191 px Event-Header: 1600 × 900 px Profilbild: 400 × 400 px
X (Twitter):	1500 × 500 px Profilbild: 400 × 400 px
XING:	Event-Header: 1280 × 624 px
YOUTUBE:	2560 × 1440 px

Hinweis: Die Pixel-Angaben haben den Stand 02/2025.
Bitte immer beim Online-Anbieter die aktuellen Maße vergleichen und ggf. anpassen.

2.2. | DIGITALE FORMATE | SCHRIFTEN UND FORMATE

SOURCE SANS 3 – VERWENDUNG (EHMALIG SOURCE SANS PRO)

Die Schrift Source Sans 3 wird als Online-Schrift für alle digitalen Medien und Webseiten verwendet.

Grundsätzlich ist darauf zu achten, die Informations- bzw. Textmenge der Facebookbilder und Infografiken soweit wie möglich zu reduzieren, da sie auch auf Smartphones erfassbar sein muss!

Folgende Schriftschnitte finden Anwendung bei der Korrespondenz:

Copytext SOURCE SANS 3 REGULAR
 Headline/Subheadlines SOURCE SANS 3 BOLD
 Bildunterschriften/Quellen. SOURCE SANS 3 REGULAR
 Zitate/Infobox. SOURCE SANS 3 REGULAR/BOLD

Kampagnenschrift REGULAR/BOLD

Die beschriebenen Schriftschnitte sind vorrangig zu verwenden. Alle anderen Schriftschnitte können in Einzelfällen Anwendung finden.

Die Source Sans 3 kann zudem als Submarken- und Kampagnen-Schrift verwendet werden. Bei Submarken kommt Sie dann vor, wenn es sich um Onlineportale handelt (Bsp. Außenwirtschaftsportale), die auch weitestgehend nur online beworben werden.

Als Kampagnenschrift, wie zum Beispiel bei der Ehrenamtskampagne und der IHK Wahl, ersetzt die Source Sans 3 die Rotis sowohl in Print, als auch in Webmedien.

SOURCE SANS 3 – REGULAR

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

SOURCE SANS 3 – SEMIBOLD

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

SOURCE SANS 3 – BOLD

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

2.2.1 | DIGITALE FORMATE | SOCIAL MEDIA FORMATE | EVENTPOSTS | ANWENDUNGSBEISPIELE

SOCIAL MEDIA POST



SOCIAL MEDIA EVENT-HEADER (LINKEDIN)



EVENTPOSTS FÜR FACEBOOK/LINKEDIN (4:5, 1200 × 1500 PX) UND HEADER (16:9)

Sobald ein Event beworben wird, findet man im Social Media-Layout sowohl ein Datumshinweis inkl. Kalender-Icon, als auch ein Call-to-Action-Button wie z. B. „kostenfrei anmelden“. Button und Kalender-Icon-Farbe sind aus den IHK-Farben frei zu wählen.

Es kann sowohl nur Text verwendet werden, als auch Submarken.

Wenn Fotozitate im Rahmen eines Events gepostet werden, so ist auf diesen auch der Eventname und das Datum zu setzen.



2.2.1 | DIGITALE FORMATE | SOCIAL MEDIA FORMATE | FOTOPOSTS | VORLAGEN EVENTS – MULTIPLIKATOREN

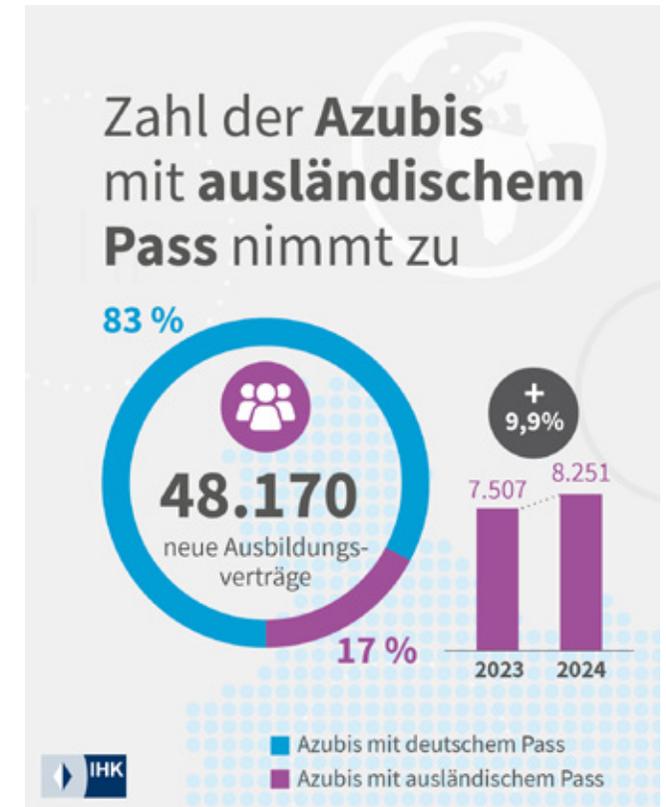


„MEET ME AT“-POSTS FÜR FACEBOOK/LINKEDIN
(4:5, 1200 × 1500 PX)

Diese Powerpoint-Vorlagen werden Fachbereichen und externen Speakern zur Verfügung gestellt um über die eigenen Kanäle auf die Veranstaltung hinzuweisen. Ein eigenes Foto kann hierzu in den Platzhalter eingesetzt werden.

Sollte die Digital-
Schriftart „Source Sans
Pro/Source Sans 3“ nicht
vorliegen, so wird auf die
Korrespondenz-Schrift
„Arial“ zurückgegriffen.
(hier abgebildet)

2.2.1 | DIGITALE FORMATE | SOCIAL MEDIA FORMATE | FOTOPOSTS | TEXT AUF BILD



TEXT-AUF-BILD-ELEMENTE FÜR FACEBOOK (4:5, 1200 × 1500 PX)

Je nach Aussage werden im Social Media Bereich Bildposts mit Textelementen in verschiedener Gestaltung versehen: Zitate werden stets mit Zitat-Icon, Name und Funktion je nach Lesbarkeit in Weiß oder Sky gestzt. Der Text ist auch in Titan möglich. Dies kann direkt auf das Portrait des Zitatgebers stehen, oder auf Default Backgrounds, mit dem Portrait in einem Kreis. Bei Submarken kann die Submarke nach oben links ins Eck gestellt werden und, wenn leserlich, Text auf Bild platziert werden.

Unser TV-Tipp

Foto © Hans Rudolf Schulz



Manfred Gößl
IHK-Hauptgeschäftsführer



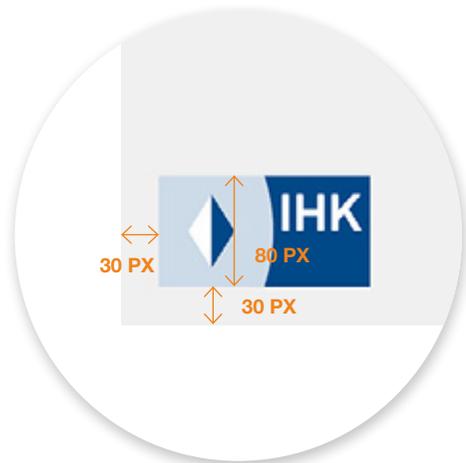
Heute, 07.09.2022, 12:05-13:00 Uhr
bei SENDERNAME

Sendungsname und Thema, gerne
zweizeilig... Auch dreizeilig möglich,
wie man sieht



2.2.2 | DIGITALE FORMATE | SOCIAL MEDIA FORMATE | INFOGRAFIKEN | ANWENDUNGSBEISPIELE

HINWEIS, AB 2025:
alle 1200x1200px Posts werden
aktualisiert auf 1200x1500px.
(4:5). Beispiele folgen.



SOCIAL MEDIA INFOGRAFIK 1200 × 1200 PX



SOCIAL MEDIA INFOGRAFIK TWITTER 1200 × 600 PX



2.2.3 | DIGITALE FORMATE | SOCIAL MEDIA FORMATE | ZAHL DER WOCHEN | ANWENDUNGSBEISPIELE

SOCIAL MEDIA INFOGRAFIK „ZAHL DER WOCHEN“ 1200 x 1200 PX



HINWEIS, AB 2025:
alle 1200x1200px Posts werden aktualisiert auf 1200x1500px. (4:5). Beispiele folgen.

TWITTER 1200 x 600 PX



Als Hintergrund von Social Media Grafiken wird der Hintergrund mit Titan in 10% und den Elementen des Default Backgrounds in 20% Deckkraft verwendet.

Der Default Background darf auch auf weiß stehen. Alle weißen Icons werden dann abgestuft Sky oder abgestuft Titan. (Bsp. Zitapost)

WEBHEADER 1920 x 533 PX (KEIN LOGO)



2.2.4 | SOCIAL MEDIA FORMATE | ANIMIERTE GIFS | ANWENDUNGSBEISPIELE FORMAT QUADRATISCH ODER 16:9 – 1280 × 729 PX*



*Panorama-Format nur für längere Filme, bei denen es sich für den Nutzer auch lohnt, das Smartphone quer zu drehen.

2.2.5 | DIGITALE FORMATE | SOCIAL MEDIA KAMPAGNEN | #WIRTSCHAFT BRAUCHT ENERGIE | ANWENDUNGSBEISPIELE



SOCIAL MEDIA KAMPAGNEN

Social Media Kampagnen sorgen dafür, dass wichtige Themen in den Netzwerken groß gespielt werden können. Hierzu dürfen Texte zum Beispiel auf transparenten Kästen auf Bild stehen.

Folgende Medien entstehen im Rahmen einer Social Media Kampagne:

- Posts (1200 × 1500 PX)
- Zitat-Posts / PPT-Vorlagen (1200 × 1500 PX)
- Social Media Header (DIVERSE FORMATE)
- Website Header (1920 × 1080 PX)

HINWEIS, AB 2025:
alle 1200x1200px Posts werden aktualisiert auf 1200x1500px.
(4:5). Beispiele folgen.

POSTS 1200 × 1200 PX



POST-TEMPLATES 1200 × 1200 PX



SOCIAL MEDIA TITEL/HEADERBANNER



WEBSITE-HEADER



2.2.5 | DIGITALE FORMATE | SOCIAL MEDIA KAMPAGNEN | CAROUSEL-POSTS | ANWENDUNGSBEISPIELE

IHK-Ehrenamt ist Ehrensache.
Pack ma's gemeinsam!

Unternehmerisch austauschen
„Die Stimme des Mittelstands kann ich durch mein Ehrenamt kraftvoll vertreten. Ich treffe tolle Unternehmerpersönlichkeiten und wachse durch diesen Austausch persönlich und beruflich.“
Christian Krömer
Vorsitzender Regionalausschuss
Neuburg-Schrobenhausen

Politik mitgestalten
„Mein Ehrenamt bei der IHK gibt mir die Stimme, die Anliegen des Mittelstandes gegenüber der Politik zu vertreten. Denn nur durch Zusammenarbeit und Austausch können wir Veränderungen bewirken und eine zukunftsorientierte regionale Wirtschaft gestalten.“
Franz Schabmüller
Vorsitzender Regionalausschuss
Ingolstadt

Impulse geben
„Als Mitglieder im Ehrenamt werden wir auf Augenhöhe eingebunden. Durch gegenseitigen Austausch erhalten und geben wir Impulse und kommen gemeinsam weiter. IHK – gemeinsam stark!“
Denise Amrhein
Mitglied Regionalausschuss
Eichstätt

Verantwortung übernehmen
„Mit meinem Engagement bei der IHK will ich Verantwortung übernehmen und die Stimme von Frauen in der Wirtschaft sichtbar machen. Über die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird viel diskutiert, ich möchte mitwirken, dass dieses Thema praxisreif wird.“
Beate Kempf
Mitglied Regionalausschuss
Pfaffenhofen a. d. Ilm

Gründe für ein IHK-Ehrenamt
Verantwortung übernehmen
Politik mitgestalten
Impulse geben
Unternehmerisch austauschen
Horizont erweitern
ihk-muenchen.de/ehrensache

CAROUSEL-POSTS (AB 2025: 1200 X 1500 PX)

Carousel-Posts für LinkedIn eignen sich besonders wenn direkt mehrere Informationen vermittelt werden sollen.

Das können wie bei der Ehrenamts-Kampagne Zitatposts sein, oder wie bei der Kampagne „Switch zur Ausbildung“ Posts mit den unterschiedlichen Kampagnenmotiven.

Generell sollten bei solchen Posts immer die wichtigsten Informationen auf den vordersten Seiten erfolgen.

Format 4:5 (1200x1500px)



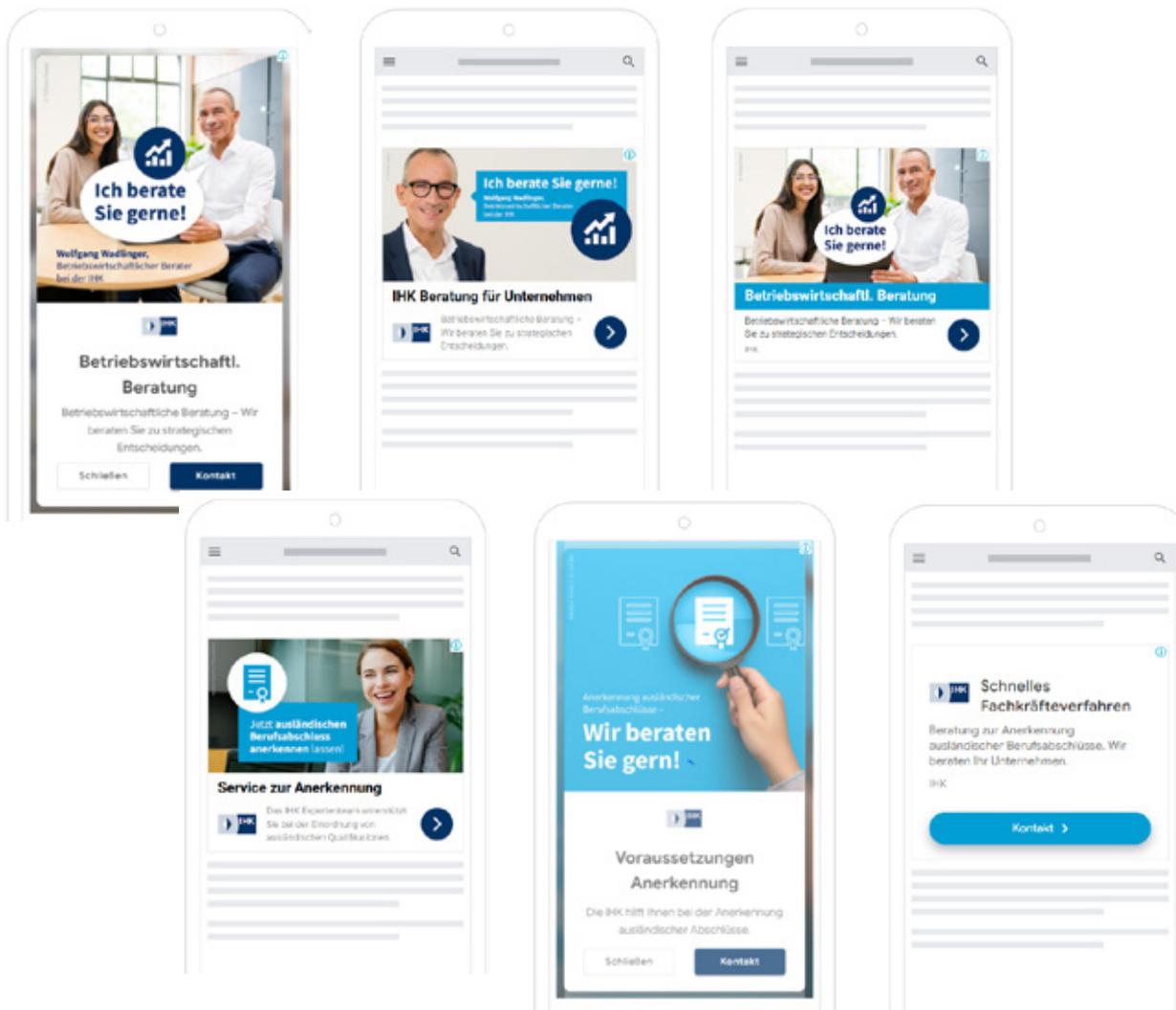
2.2.5 | DIGITALE FORMATE | SOCIAL MEDIA KAMPAGNEN | IHK-SERVICES | ANWENDUNGSBEISPIELE

SOCIAL MEDIA POST „IHK-SERVICES“ 1200 × 1200 PX



HINWEIS, AB 2025:
 alle 1200x1200px Posts werden
 aktualisiert auf 1200x1500px.
 (4:5). Beispiele folgen.

2.2.6 | DIGITALE FORMATE | ONLINE BANNER | ANZEIGEN | ANWENDUNGSBEISPIELE

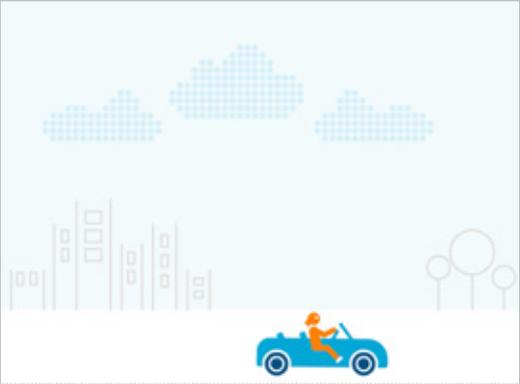


BEISPIEL GOOGLE DISPLAYNETZWERK (GDN)

Auch bei Bannern und Anzeigen wird das Corporate Design klassisch eingesetzt. Der Textanteil von maximal 20% im Bild sollte nicht überschritten werden.

Damit die Anzeigen einen hohen Wiedererkennungswert haben, sollten vor allem die Primärfarben Sky und Ocean verwendet werden.

2.2.7 | DIGITALE FORMATE | BEWEGTBILD | ERKLÄRVIDEO GIF



Auf dem Weg zum autonomen Fahren

IHK

Stufe 1



Assistenzsysteme wie Abstandsregelautomaten oder automatisches Bremsen unterstützen den Fahrer.

IHK

Stufe 2

Hands on Detection

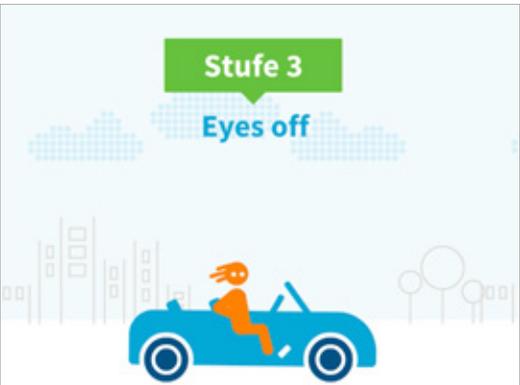


Teilautomatisiertes Fahren ermöglicht etwa automatisches Einparken und Spurhalten. Der Autolenker ist permanent in der Fahrverantwortung.

IHK

Stufe 3

Eyes off



Beim hochautomatisierten Fahren kann sich der Fahrer über längere Zeit mit etwas anderem beschäftigen. Er muss das Lenkrad jederzeit übernehmen können.

IHK

Stufe 5

Driver off



Beim völlig autonomen Fahren werden Lenkrad und Pedale nicht mehr unbedingt erforderlich sein.

IHK



München und Oberbayern

HINWEIS, AB 2025:
alle 1200x1200px Posts werden aktualisiert auf 1200x1500px. (4:5). Beispiele folgen.

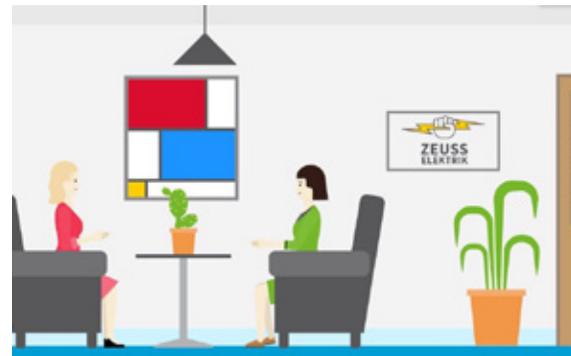
2.2.8 | DIGITALE FORMATE | BEWEGTBILD | ERKLÄRVIDEO



ERKLÄRVIDEOS

Erklärvideos sind Filme, in denen abstrakte Konzepte und Zusammenhänge erklärt werden. Sie sind ca. 2–3 min lang. Die Geschichte wird immer aus der Sicht eines Protagonisten erzählt. Der Erklärvideo-Styleguide beinhaltet das Character Design, die Hintergründe, Icons sowie das Storytelling.

Sollten Sie Interesse an den offenen Dateien haben, schreiben Sie uns bitte per E-Mail an: @kunzelmann@muenchen.ihk.de



2.2.4 | DIGITALE FORMATE | BEWEGTBILD

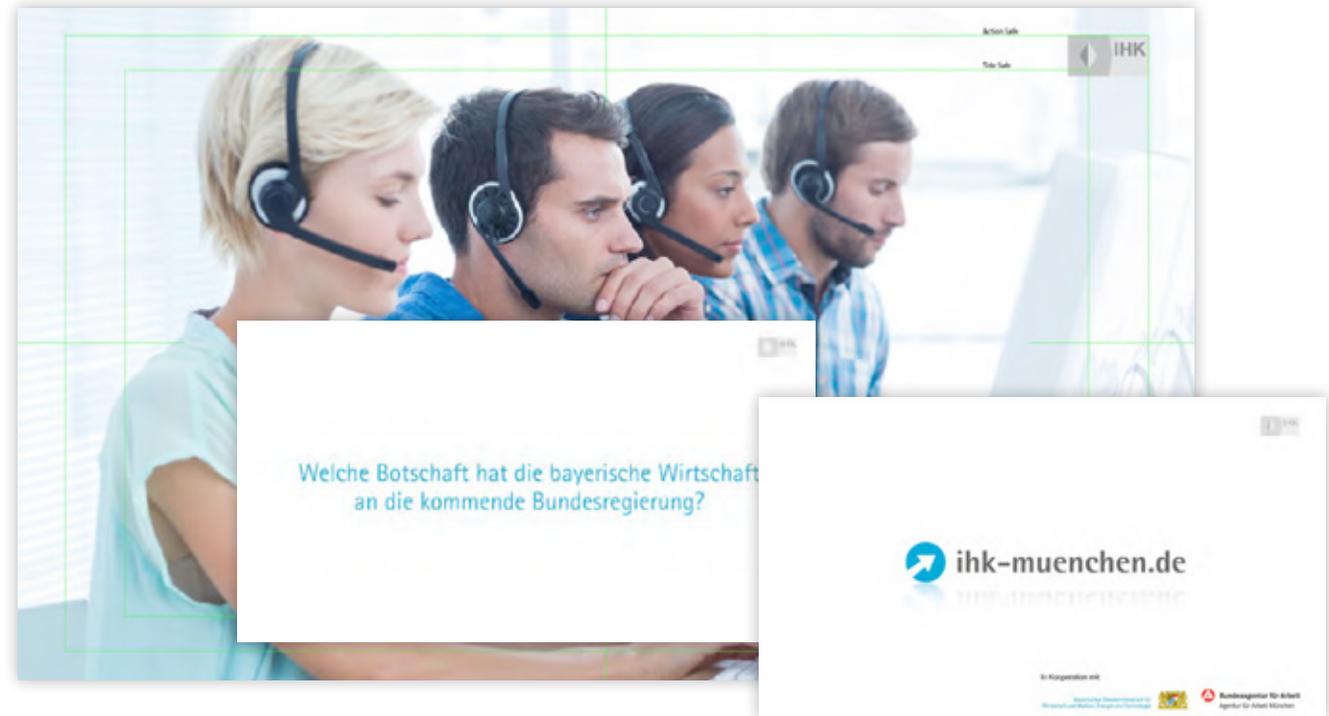
CORNER BUG

Die transparente Quellenkennung ist sozusagen unser Erkennungszeichen. Dieses ist in sämtliche IHK-Videos einzubinden und bleibt über die komplette Dauer des Videos sichtbar. Vom ersten bis zum letzten Frame, auch über dem Intro und Outro.

Das Logo ist in der oberen rechten Ecke zu positionieren. Verwendet wird hier die Logoversion "MONOCHROM TRANSPARENT – POSITIV".

In Ausnahmefällen (z. B. überwiegend dunkles Bildmaterial/Animationen) und nur nach vorheriger Rücksprache kann zum Zweck der Lesbarkeit des Logos auch die Logoversion "MONOCHROM TRANSPARENT – NEGATIV" verwendet werden.

Arial kann als Ersatzschrift verwendet werden.



THUMBNAIL

Thumbnails dienen als Bildvorschau für Videos auf Sozialen Medien, insbesondere YouTube. Sie werden verwendet um ein einheitliches Erscheinungsbild auf dem Kanal zu schaffen.

Anwendung: Die verschiedenen Versionen gibt es als Powerpoint-Vorlage. Der Text ist editierbar und ein Bild/Screenshot aus dem Video kann einfach in den Bildplatzhalter eingesetzt werden. Danach einfach als PNG exportieren und bei Youtube einstellen.

VERSION A



VERSION B



VERSION C (RAUTEN – NUR FÜR BAYERN)



3 OFFICE

IHK für München und Oberbayern

3.1 | SCHRIFT | KORRESPONDENZSCHRIFT ARIAL

ARIAL – VERWENDUNG

Die Rotis ist die CI-Hausschrift. Daneben findet die Arial als Korrespondenzschrift Verwendung.

Die Arial wird ausschließlich in folgenden Bereichen verwendet:
Im Schriftverkehr auf Briefbögen, bei PowerPoint-Präsentationen oder in Excel.

Die Arial ist als Systemschrift auf allen Systemen bereits vorinstalliert.

.....
Folgende Schriftschnitte finden Anwendung bei der Korrespondenz:

Copytext	ARIAL REGULAR
Headline/Subheadlines	ARIAL BOLD
Bildunterschriften/Quellen	ARIAL ITALIC
Zitate/Infobox	ARIAL ITALIC

.....

Die beschriebenen Schriftschnitte sind vorrangig zu verwenden.
Alle anderen Schriftschnitte können in Einzelfällen Anwendung finden.

ARIAL – VERWENDUNG BEI SOCIAL MEDIA VORLAGEN

Für Social Media wird im Normalfall die kostenlose Google-Font Source Sans 3 (ehem. Source Sans Pro) verwendet.

Da aber nicht immer gewährleistet werden kann, dass alle Nutzer diese Schriftart installiert haben, wird für Social Media Vorlagen (z. B. in Powerpoint) auch die Schrift Arial verwendet.

ARIAL – BOLD

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

ARIAL – REGULAR

ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

ARIAL – ITALIC

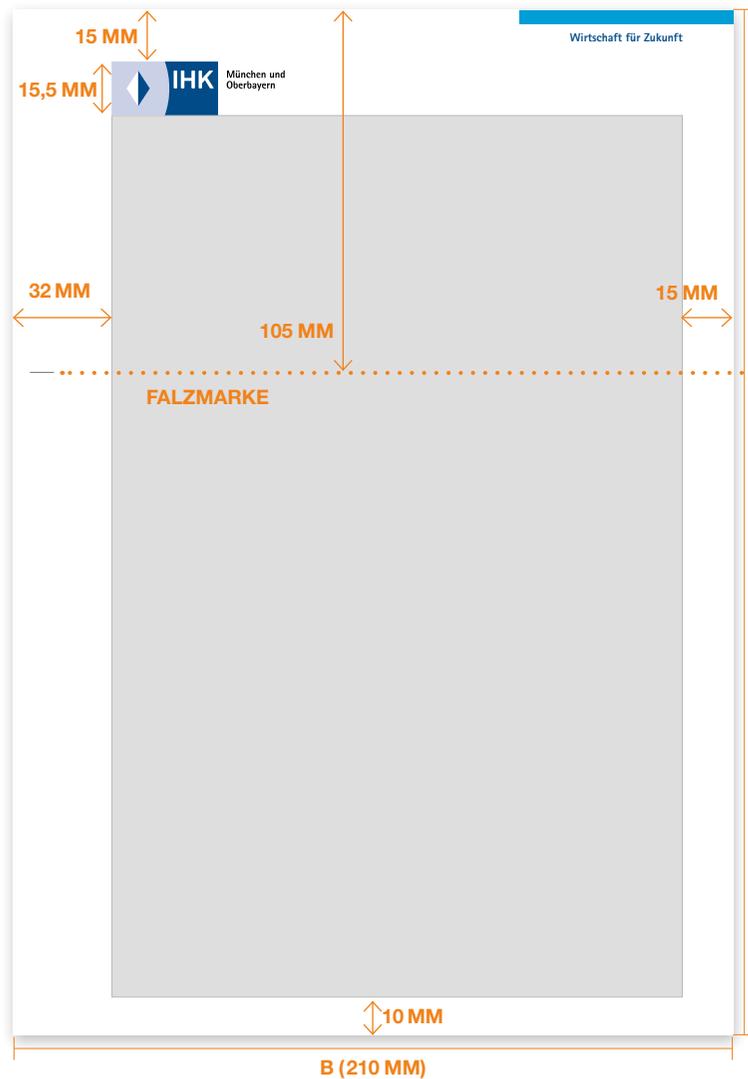
ABC 123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöü &12345678
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZÄÖÜ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

3.2 | GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | ERSTBRIEFBOGEN – IHK MÜNCHEN UND OBERBAYERN

ERSTBRIEFBOGEN



- CLAIM
- SCHRIFTZUG
 - OCEAN
 - ROTIS SANS SERIF EXTRA BOLD
 - 10 PT
- BALKEN
 - SKY
 - * HÖHE 4 MM



- FALZMARKE
 - OCEAN
 - LINIENSTÄRKE 0,3 PT
 - LÄNGE 5 MM
 - HÖHE 105 MM
 - ABSTAND SEITENRAND LINKS 5 MM

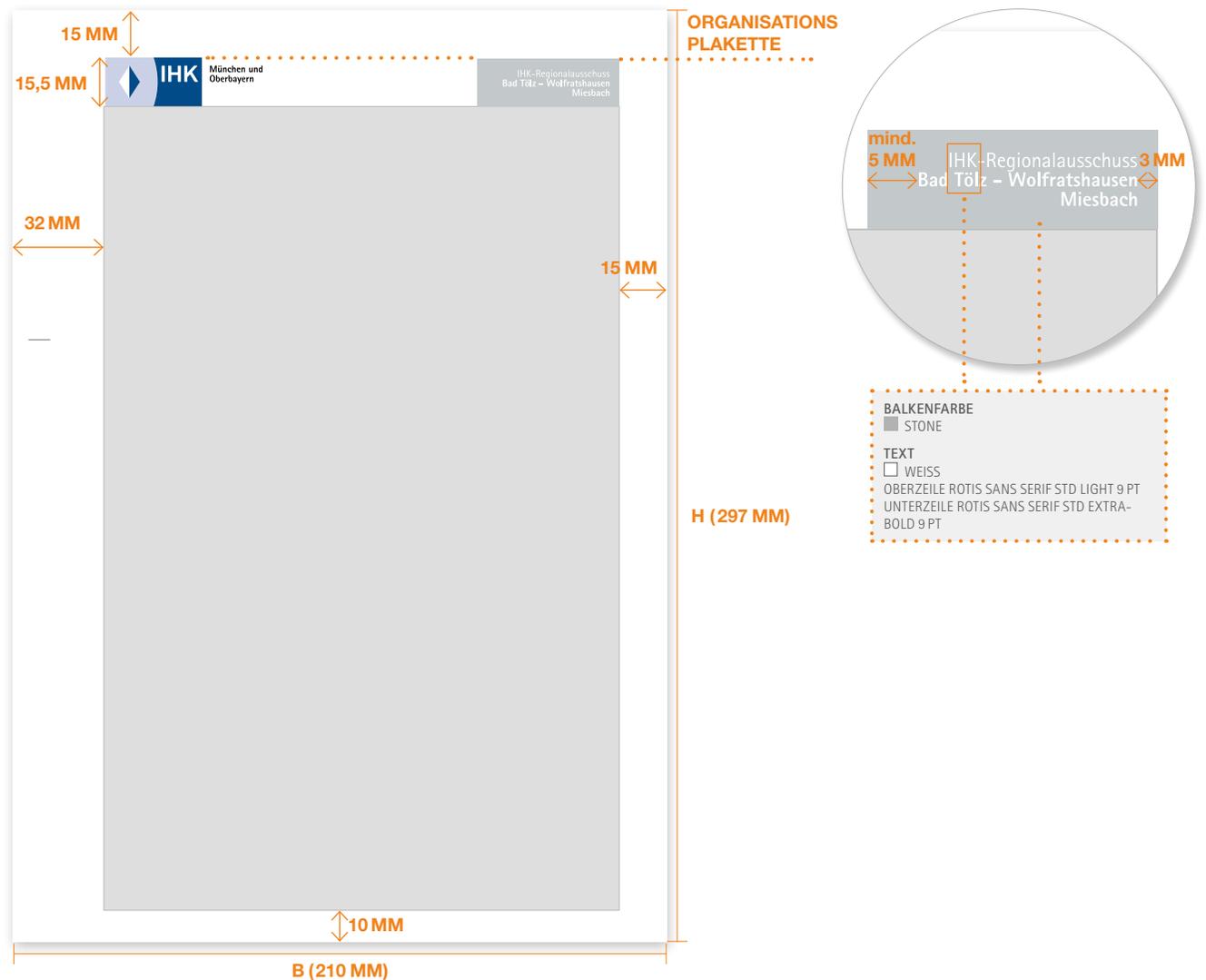
Der Briefbogen entspricht der DIN-Norm 5008.

3.2 | GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | ERSTBRIEFBOGEN – IHK MÜNCHEN UND OBERBAYERN – PLATZIERUNG IHK-REGIONALAUSSCHÜSSE ODER SONSTIGE IHK-ORGANISATIONEN

BRIEFBOGEN IHK-ORGANISATIONEN – VERWENDUNG

Um ein durchgängiges Erscheinungsbild beim Briefbogen der IHK zu erhalten, wird auf IHK-Organisationslogos verzichtet. Durch die Platzierung der Organisations-Plakette wird eine einheitliche Darstellung und somit eine Stärkung der Marke IHK erzielt.

ERSTBRIEFBOGEN GREMIUM



3.2 | GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | VISITENKARTEN

VISITENKARTEN STANDARD

Visitenkarten mit Logo IHK für München und Oberbayern:
Für Beschäftigte der IHK, auch der Weiterbildung, sofern sie sich mit
hoheitlichen Aufgaben beschäftigen (Prüfungen).

2-SEITIGE VISITENKARTE

Bei 2-seitigen Visitenkarten wird auf der Rückseite die englische
Version gedruckt. Es gibt auch auf fremdsprachigen Visitenkarten
immer ein Logo mit deutschsprachiger Schriftmarke. Die Überset-
zung erfolgt im Text der Visitenkarte, bei gleichem Aufbau wie hier
gezeigt.

VISITENKARTEN EINSEITIG



VISITENKARTEN RÜCKSEITE, WENN 2-SEITIG (ENGLISCH)



3.2 | GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | VISITENKARTEN MIT ZUSATZ

VISITENKARTEN MIT SUBMARKEN-LOGO

Bei Visitenkarten mit zusätzlichem Submarken-Logo, wird das die Submarke (ohne Bühne) in der maximalen Höhe oder Breite gesetzt. Ausgerichtet wird es am oberen und rechten Rand der vorgegebenen Stelle.

VISITENKARTEN MIT SUBMARKE ODER INITIATIVE



VISITENKARTEN DER IHK-REGIONALAUSCHÜSSE UND SONSTIGEN ORGANISATIONEN

Bei Personen mit ehrenamtlicher Funktion innerhalb des IHK-Regionalausschusses, z. B. Vorsitzender IHK-Regionalausschuss, stellvertretender Vorsitzender muss die Regionalausschuss-Plakette platziert werden.

VISITENKARTEN REGIONALAUSCHÜSSE

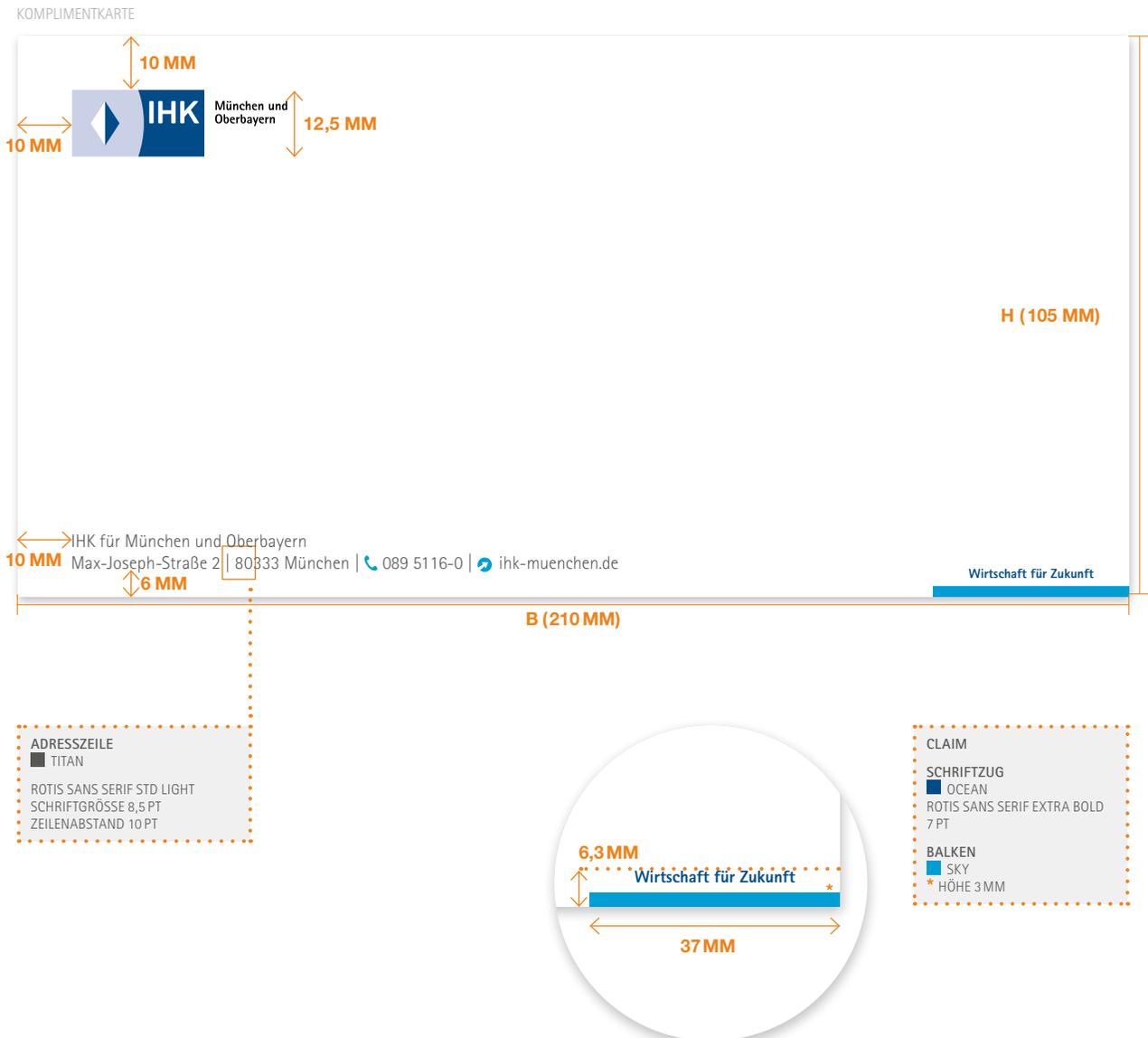


- BALKENFARBE
- STONE
- TEXT
- WEISS
- OBERZEILE ROTIS SANS SERIF STD LIGHT 6 PT
- UNTERZEILE ROTIS SANS SERIF STD EXTRABOLD 6 PT

3.2 | GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | KOMPLIMENTKARTE

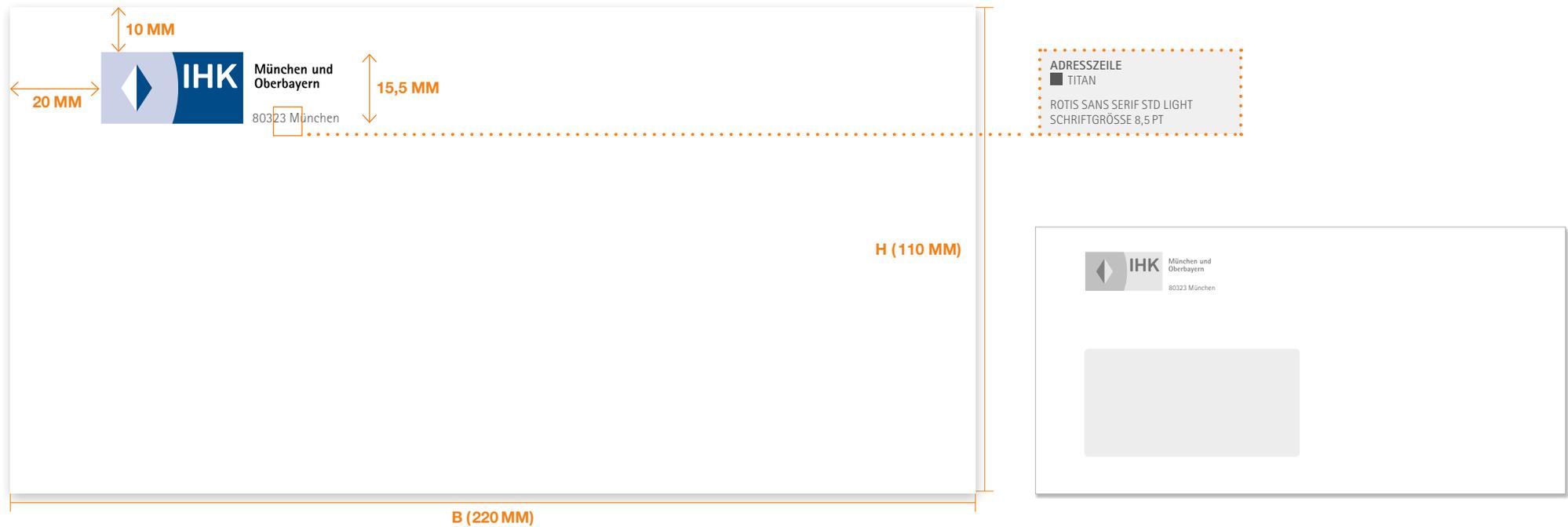
KOMPLIMENTKARTE – VERWENDUNG

Die Komplimentkarte ist im DIN lang Format. Sie dient zur kurzen persönlichen Korrespondenz.



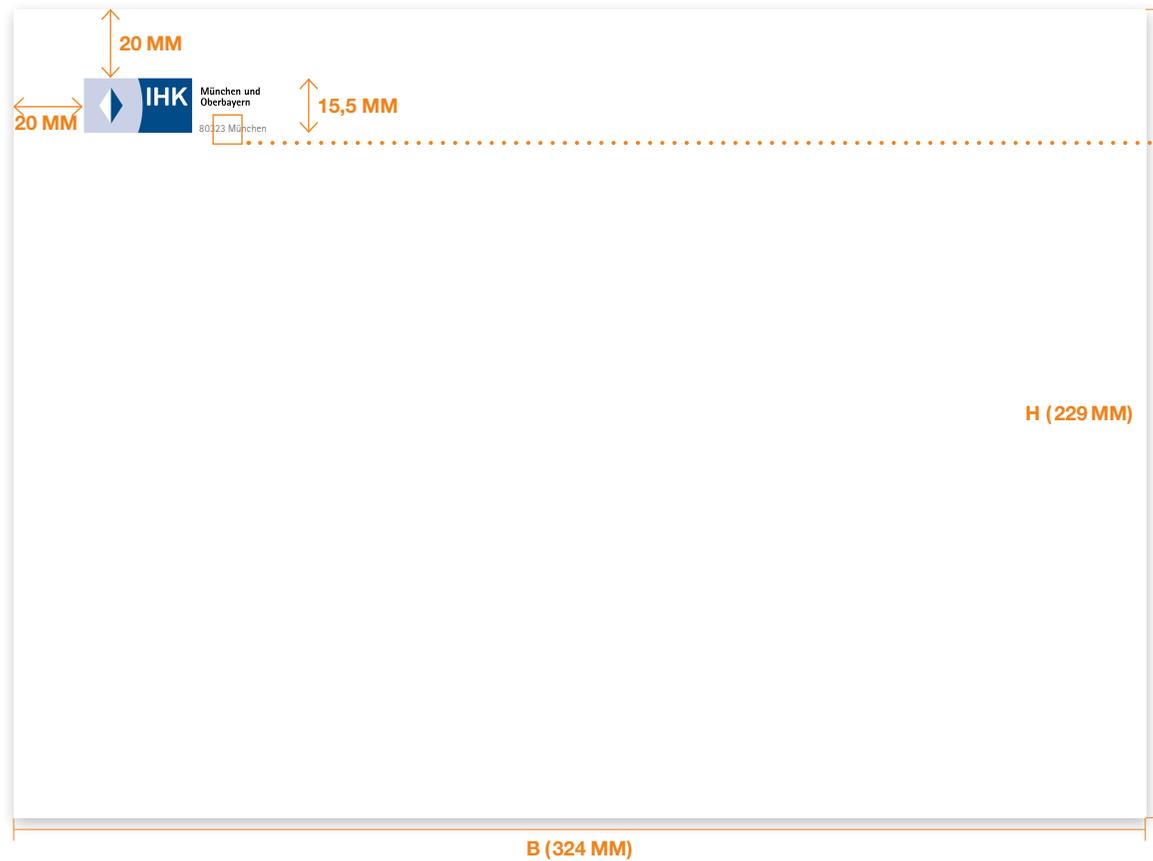
3.2 | GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | BRIEFKUVERT DIN LANG

DIN LANG BRIEFKUVERT

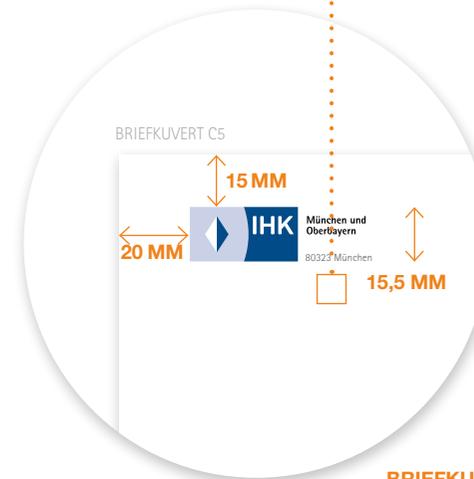


3.2 | GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | BRIEFKUVERT C5 – C4

BRIEFKUVERT C4



ADRESSZEILE
 ■ TITAN
 ROTIS SANS SERIF STD LIGHT
 SCHRIFTGRÖSSE 8,5 PT



BRIEFKUVERT C5
B (229 MM) × H (162 MM)

3.3 | POWERPOINT | ANWENDUNGSBEISPIEL POWERPOINT 16:9

GESTALTUNGSHINWEISE POWERPOINT 16:9

The following table summarizes the content of the six design guideline slides:

Slide Title	Key Content
Präsentationstitel in max. zwei Zeilen	Shows a slide with a main title in two lines and a subtitle in one line. Includes the IHK logo.
Folientitel hinzufügen	Shows a slide with a table of contents: I. Kapitel 1 (1. Inhalt 1, a. Inhalt 2), II. Kapitel 2, III. Kapitel 3, IV. Kapitel 4, V. Kapitel 5.
Folientitel hinzufügen	Shows a slide with a title and a list of levels: Erste Ebene, Zweite Ebene, Dritte Ebene, Vierte Ebene, Fünfte Ebene, Sechste Ebene, Siebte Ebene. Includes a note about using text placeholders.
Inhaltsbereich	Shows a slide with a large rectangular content area defined by a dashed border and arrows, indicating where content should be placed.
Designfarben und benutzerdefinierte Farben	Shows a color palette with primary colors (Black, White, Titan, Ocean, Sky) and secondary colors (Stone, Sun, Mandarin, Titan 10%, Hibiscus, Mauve, Lime). Includes a 'Benutzerdefinierte Farben' section.

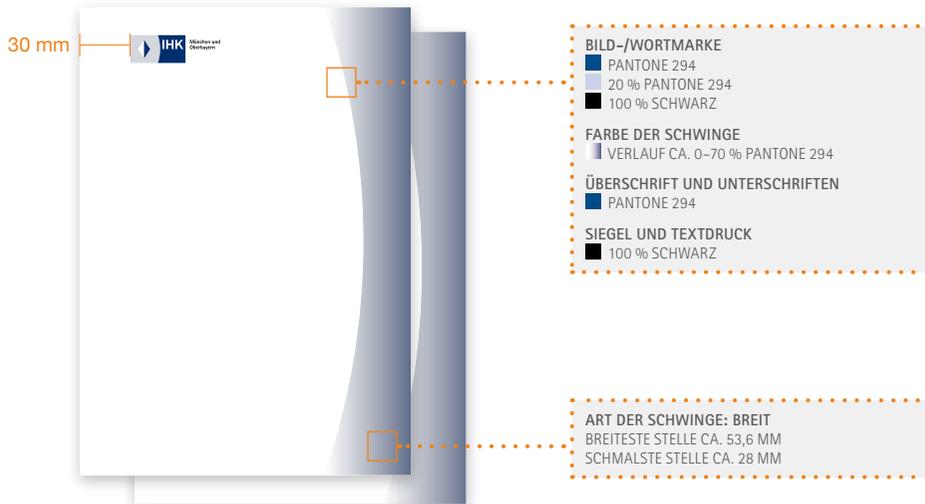
BEISPIELGESTALTUNGEN DER INNENSEITEN AUS DEN POWERPOINT-VORLAGEN

The following table summarizes the content of the five example slides:

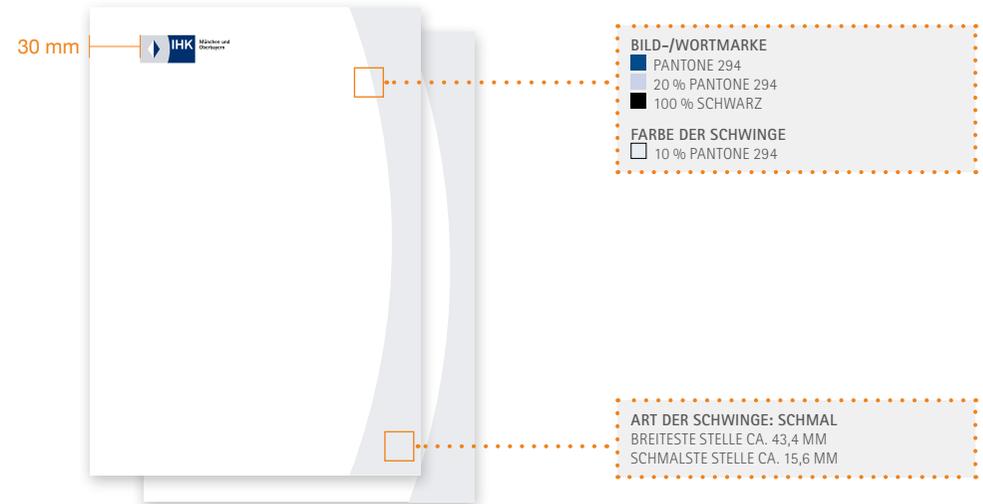
Slide Title	Key Content
Icons 1	Shows three columns of icons: 'Papier und Büro', 'Personen und Kommunikation', and 'Digitale'.
Folientitel hinzufügen	Shows a slide with a title and a list of levels: Erste Ebene, Zweite Ebene, Dritte Ebene, Vierte Ebene, Fünfte Ebene. Includes a note about using text placeholders.
Folientitel hinzufügen	Shows a slide with a title and a list of levels: Erste Ebene, Zweite Ebene, Dritte Ebene, Vierte Ebene. Includes a note about using text placeholders.
Diagramme	Shows a slide with a bar chart and a line graph, illustrating data visualization.
Zeitstrahl 1	Shows a slide with a timeline diagram with four steps: STEP 01, STEP 02, STEP 03, and STEP 04.

3.4 | URKUNDEN & ZEUGNISSE

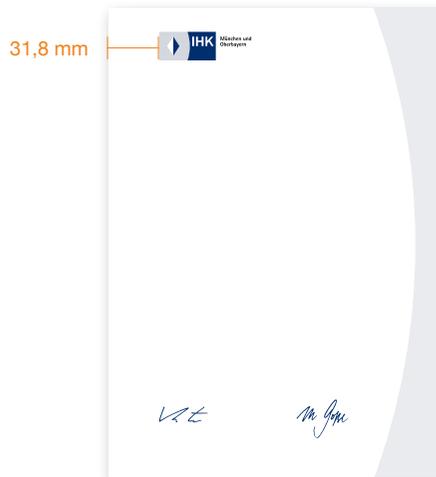
ZEUGNIS AUSBILDUNG VORDRUCK, 1- UND 2-SEITIG



ZEUGNIS FORTBILDUNG/WEITERBILDUNG VORDRUCK, 1- UND 2-SEITIG



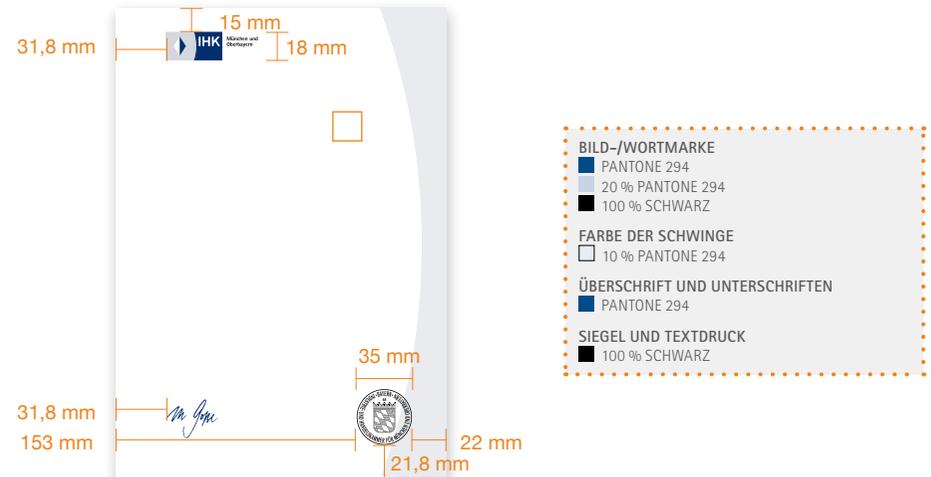
ZEUGNIS SIEGEL 54 VORDRUCK



ZEUGNIS SIEGEL 70 VORDRUCK, 1- UND 2-SEITIG



ZEUGNIS SIEGEL 88 VORDRUCK



3.4 | URKUNDEN & ZEUGNISSE

BESCHEINIGUNG MIT SIEGEL 54

31,8 mm



SCHRIFTART:
ROTIS SERIF STD, REGULAR IN 36 PT

BILD-/WORTMARKE
 PANTONE 294
 20 % PANTONE 294
 100 % SCHWARZ

FARBE DER SCHWINGE
 10 % PANTONE 294

ÜBERSCHRIFT UND UNTERSCHRIFTEN
 PANTONE 294

SIEGEL UND TEXTDRUCK
 100 % SCHWARZ

3.4 | URKUNDEN & ZEUGNISSE

PRÜFEREHRUNG 10 JAHRE



PRÜFEREHRUNG 20 JAHRE



PRÜFEREHRUNG 30-50 JAHRE



- BILD-/WORTMARKE
 - PANTONE 294
 - 20 % PANTONE 294
 - 100 % SCHWARZ
- BALKEN UND ÜBERSCHRIFT
 - HEISSFOLIENPRÄGUNG IN SILBER UND GOLD
- JUBILÄUMSZAHL
 - PRÄGEDRUCK
- TEXTDRUCK
 - 100 % SCHWARZ
- SIEGEL
 - PRÄGEDRUCK

Bei den Urkunden wird in einigen Fällen ausnahmsweise die Rotis Sans Serif STD EXTRA BOLD als Headlineschrift verwendet.

BESTENEHRUNG AZUBI

26,4 mm



BESTENEHRUNG UNTERNEHMEN



- BILD-/WORTMARKE
 - PANTONE 294
 - 20 % PANTONE 294
 - 100 % SCHWARZ
- ART DER SCHWINGE
 - BREIT (MASSE SIEHE S. 92)
- FARBE DER SCHWINGE
 - PANTONE PROCESS CYAN
- ÜBERSCHRIFT
 - HEISSFOLIENPRÄGUNG SILBER
- UNTERSCHRIFTEN
 - PANTONE 294
- TEXTDRUCK
 - 100 % SCHWARZ

3.4 | URKUNDEN & ZEUGNISSE

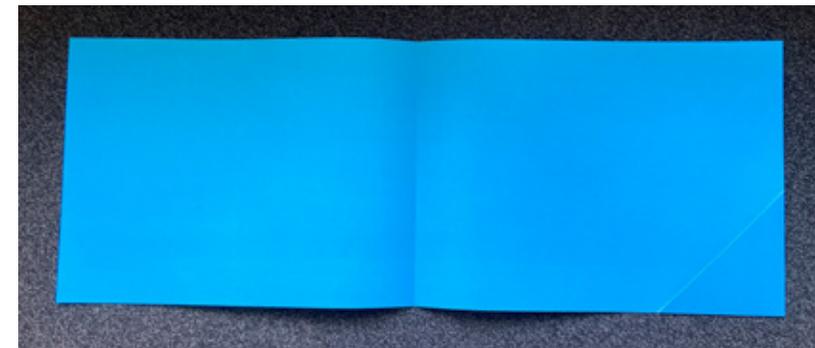
EHRENURKUNDE DIENSTJAHRE



EHRENURKUNDE MAPPE



TITEL



INNENSEITE

EHRENURKUNDE FIRMIENJUBILÄUM



- ÜBERSCHRIFT
HEISSFOLIENPRÄGUNG SILBER
- UNTERSCHRIFTEN
■ PANTONE 294
- TEXTDRUCK
■ 100 % SCHWARZ
- SIEGEL
PRÄGEDRUCK
- SKYLNE
PARTIELLE UV-LACKIERUNG (OCEAN)



3.4 | URKUNDEN & ZEUGNISSE

SCHMUCKKURKUNDE FACH-/BETRIEBSWIRT



SCHMUCKKURKUNDE/BERUFSURKUNDE AUSBILDUNG



URKUNDE MEISTERPREISVERLEIHUNG



SCHMUCKKURKUNDE MEISTER



- BILD-/WORTMARKE**
- PANTONE 294
- 20 % PANTONE 294
- 100 % SCHWARZ

- ÜBERSCHRIFT**
- HEISSFOLIENPRÄGUNG SILBER

- BAVARIA-GRAFIK**
- PANTONE COOL GREY 3

- UNTERSCHRIFTEN**
- PANTONE 294

- TEXTDRUCK**
- 100 % SCHWARZ

- BILD-/WORTMARKE**
- PANTONE 294
- 20 % PANTONE 294
- 100 % SCHWARZ

- ÜBERSCHRIFT**
- HEISSFOLIENPRÄGUNG SILBER

- BAVARIA-GRAFIK**
- PANTONE COOL GREY 4

- BAVARIA RAUTEN-HINTERGRUND**
- PANTONE COOL GREY 4 (30%)

- RAUTEN**
- PANTONE 294
- PANTONE PROCESS CYAN
- PANTONE COOL GREY 4 (30%)

- UNTERSCHRIFTEN**
- PANTONE 294

- TEXTDRUCK**
- 100 % SCHWARZ

3.4 | URKUNDEN & ZEUGNISSE

URKUNDE BILDUNGSPARTNERSCHAFT



- DIGITALE VORLAGE (RGB),
FORMULAR ZUM AUSFÜLLEN
- KÄSTEN
 - OCEAN
 - SKY
- ÜBERSCHRIFT
 - TITAN
- UNTERSCHRIFTEN
 - OCEAN
- TEXTDRUCK
 - 100 % SCHWARZ

BESTELLUNGSURKUNDE SACHVERSTÄNDIGE



- ÜBERSCHRIFT
 - PANTONE 294
- SCHRIFTART:
ROTIS SERIF STD
- ART DER SCHWINGE
SCHMAL (MASSE SIEHE S. 92)
- SCHWINGENFARBE
 - 10% PANTONE 294
- UNTERSCHRIFTEN
 - PANTONE 294
- TEXTDRUCK
 - 100 % SCHWARZ

URKUNDE BERUFSANERKENNUNG



- ÜBERSCHRIFT
 - PANTONE 294
- SCHRIFTART:
ROTIS SERIF STD
- ART DER SCHWINGE
SCHMAL (MASSE SIEHE S. 92)
- SCHWINGENFARBE
 - 10% PANTONE 294
- UNTERSCHRIFTEN
 - PANTONE 294
- TEXTDRUCK
 - 100 % SCHWARZ

URKUNDE AUSBILDUNGSBETRIEB



- ÜBERSCHRIFT
 - OCEAN
- SCHRIFTART:
ROTIS SANS SERIF STD
- ART DER SCHWINGE
BREIT (MASSE SIEHE S. 92)
- SCHWINGENFARBE
 - SKY
- UNTERSCHRIFTEN
 - OCEAN
- TEXTDRUCK
 - 100 % SCHWARZ
- BITTEN BEACHTEN SIE:
DA DIESE URKUNDEN NUR IN GERINGER AUFLAGE
GEDRUCKT WERDEN (BIS ZU 200 STK.) WIRD HIER KEIN
PANTONE ANGEWENDET.

4 BRANDING

IHK für München und Oberbayern

4.1 | BRANDING VON VERANSTALTUNGEN

MESSEWAND PATTERN



MESSESTAND DEFAULT BACKGROUND



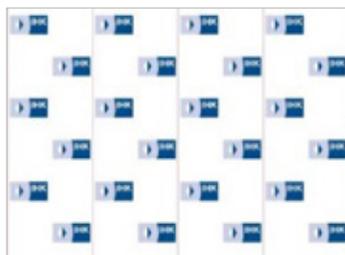
ROLL-UP



LED-WÄNDE



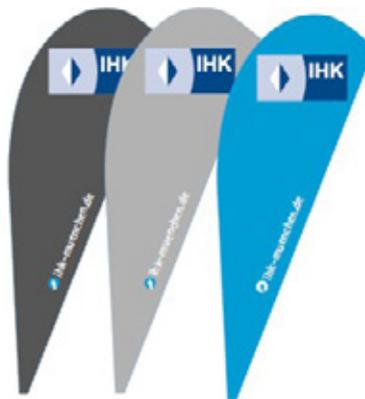
FOTO-/PRESSEWAND



MESSETHEKE



BEACHFLAGS



FATBOYS

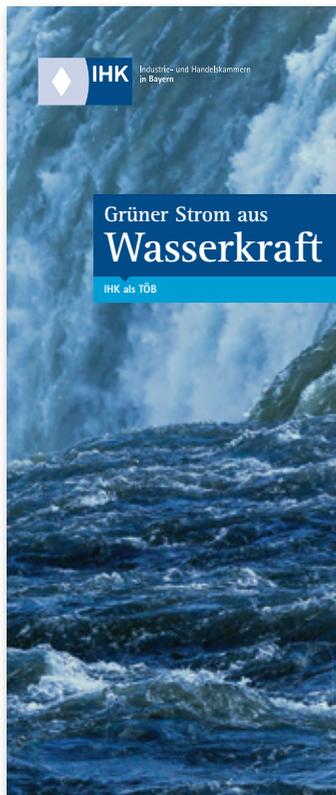


SITZWÜRFEL



4.2 | ROLL-UP | ANWENDUNGSBEISPIEL STANDARD ROLL-UP

STANDARD ROLL-UP 850 × 2150 MM



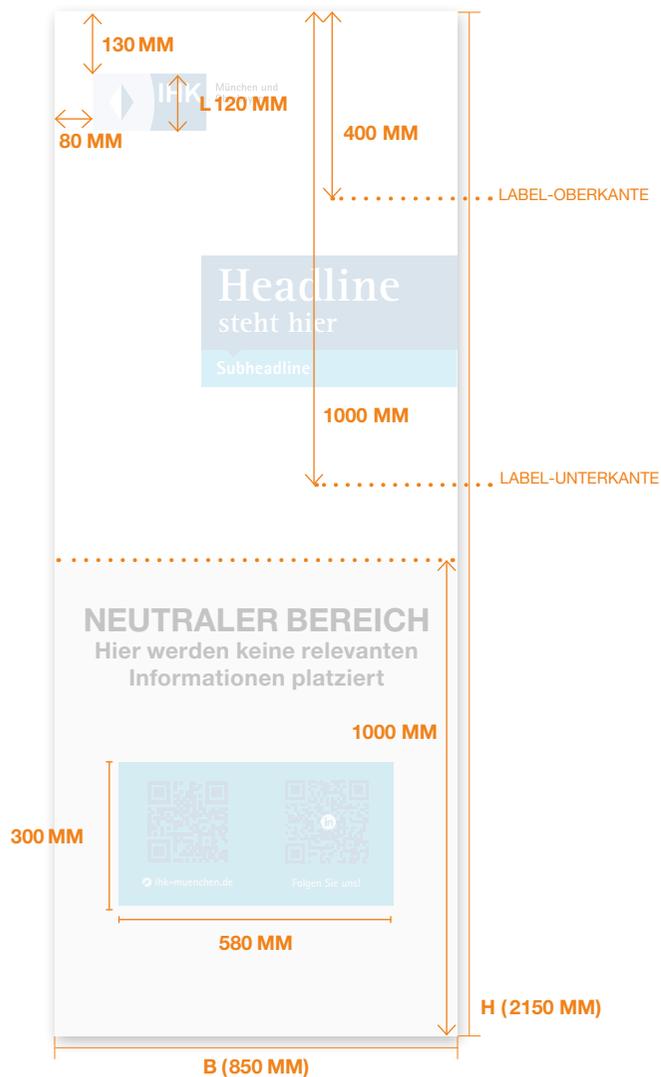
ROLL-UP MIT QR-CODE

**ROLL-UPS FÜR DIVERSE EINSATZZWECKE:**

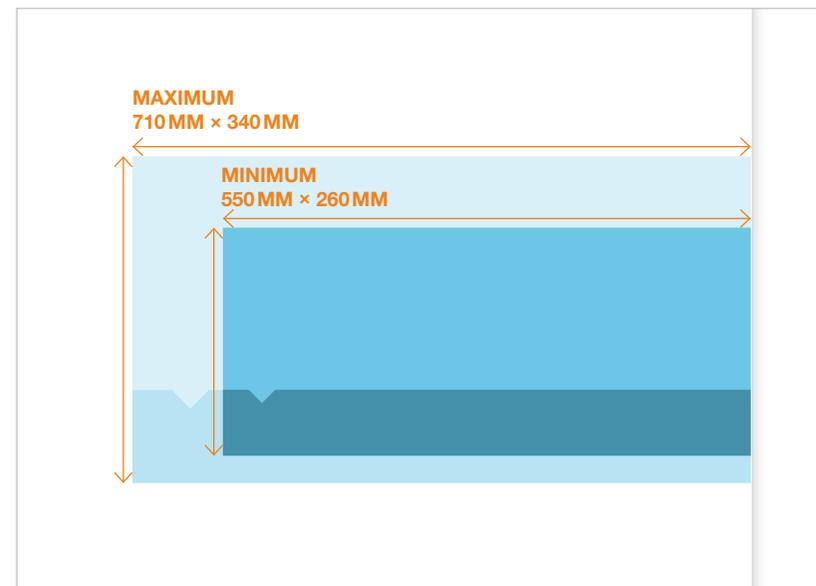
Das Standard-Roll-Up kann mit verschiedensten Informationen ergänzt werden. Die Beispiele zeigen wie ein Partner-Logo, eine URL oder ein QR-Code eingebunden wird. Weitere Informationen zu den Platzierungen können auf der nächsten Seite eingesehen werden. Weitere Informationen zur Schülerkommunikation auf S. 125.

4.2 | ROLL-UP | BEMASSUNG STANDARD ROLL-UP

STANDARD ROLL-UP 850 × 2150 MM



DETAIL LABELVERMESSUNG



QR-CODES AUF ROLL-UPS

Es können ein bis zwei QR-Codes auf Roll-Ups platziert werden. Es gibt verschiedene Farbvarianten, die je nach Bild oder Hintergrundgrafik eingesetzt werden können. Die Code-Boxen sitzen immer zentriert auf dem Layout.

SCHRIFT: ROTIS SANS SERIF, BOLD, 66 PT



QR-CODE VERSION 1

- SKY HINTERGRUND
- OCEAN QR-CODE
- WEISS LINKFARBE



QR-CODE VERSION 2

- OCEAN HINTERGRUND
- WEISS QR-CODE
- WEISS LINKFARBE



QR-CODE VERSION 3

- WEISS (85%) HINTERGRUND
- OCEAN QR-CODE
- SKY LINKFARBE

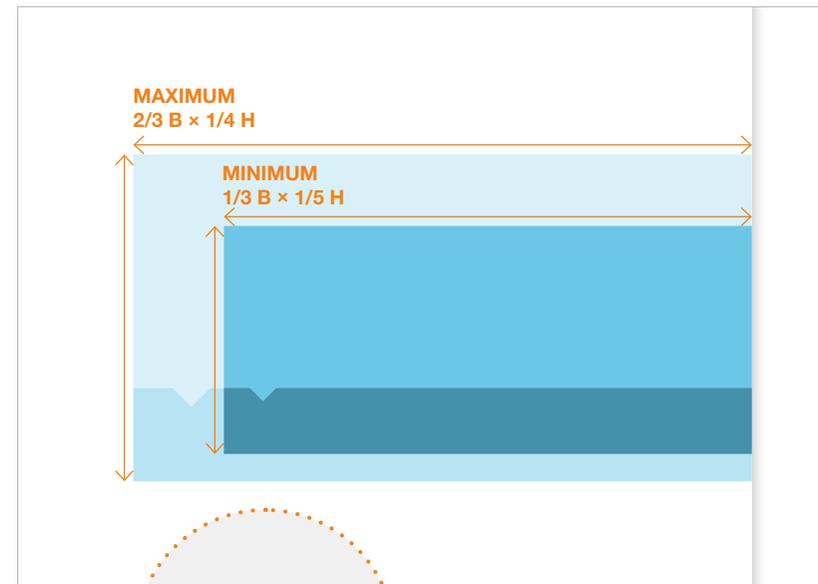


4.3 | PLAKATE | BEMASSUNG DIN HOCH GROSSFORMATE (PLAKATE A3, A2, A1, A0)

DIN HOCH GROSSFORMATE

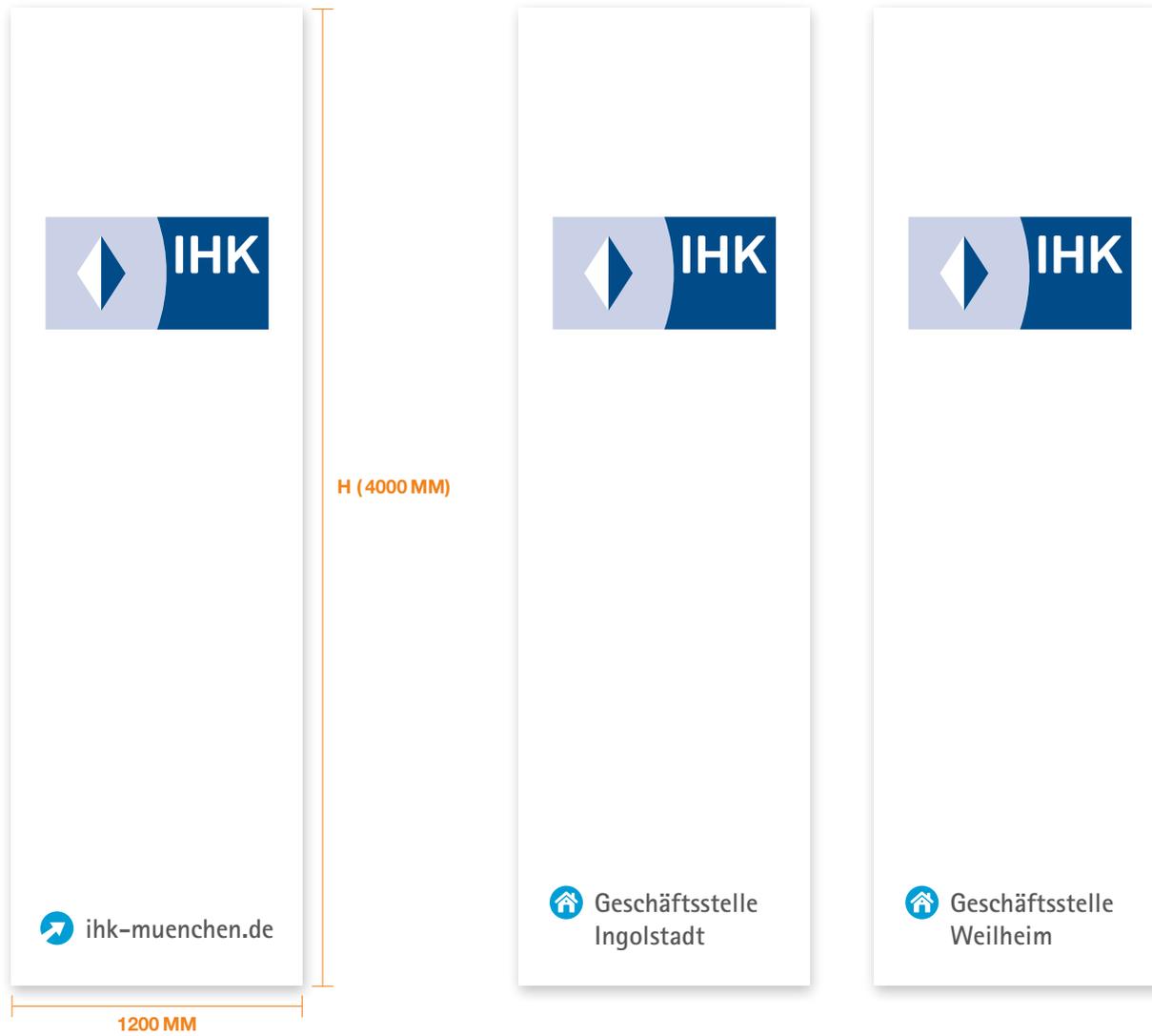


DETAIL LABELVERMESSUNG



Bei allen Varianten kann das Label sowohl links- als auch rechtsbündig platziert werden.

4.4 | FAHNEN



4.5 | GIVE AWAYS & GESCHENKE

STOFFTASCHE



PAPIERTÜTE



POST-IT BLOCK



ERFRISCHUNGSTÜCHER



IHK GIVE-AWAYS:

- IHK Stofftasche
- IHK Papiertüte
- IHK Post-It Block
- IHK Erfrischungstücher
- IHK Faltdisplay für Flyer
- IHK Tassen und Krüge

FALTDISPLAY



TASSEN UND KRÜGE



4.5 | GIVE AWAYS & GESCHENKE

BROTZEITBRETT



BROTZEITDOSE



TRINKFLASCHEN



IHK GESCHENKE:
 IHK Regenschirm
 IHK Brotzeitbrett
 IHK Insektenhotel
 IHK Trinkflasche
 IHK Multitool

REGENSCHIRM



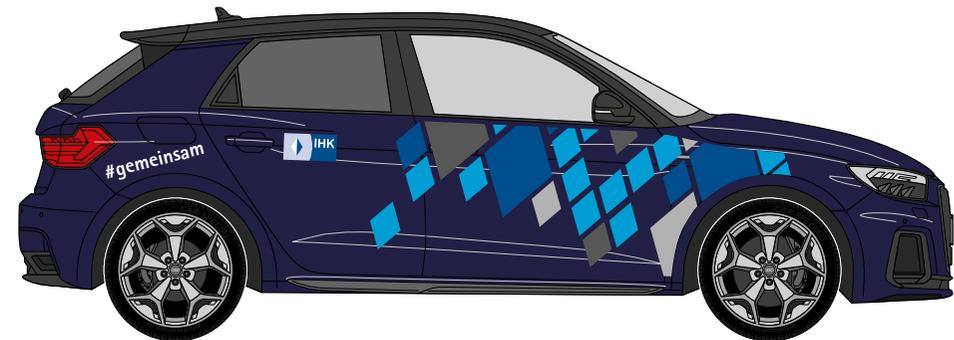
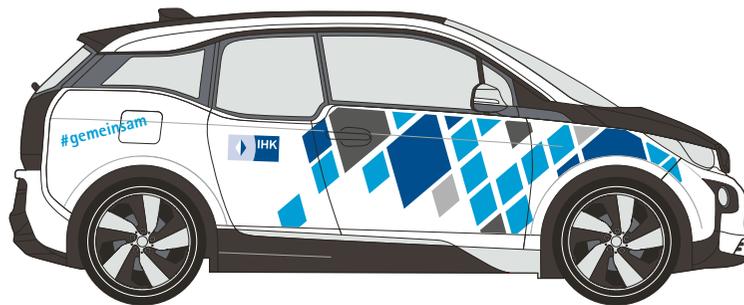
BIENENHOTEL



MULTITOOL



4.6 | POOLFAHRZEUGE



FARBDEFINITIONEN FÜR AUTOBEKLEBUNG:
siehe Kapitel 1.3 Farben



5 SCHÜLER- KOMMUNIKATION

IHK für München und Oberbayern

05 | SCHÜLER/-INNEN KOMMUNIKATION | HERLEITUNG

SCHÜLER/-INNEN KOMMUNIKATION

Zur Ansprache von Schüler/-innen wurde eine Layoutvariante entwickelt. Diese lehnt sich an das Design der bundesweiten **Kampagne #könnenlernen (ausbildung-macht-mehr-aus-uns.de)** an, zählt aber weiterhin auf das etablierte System der Submarken ein. Ausgewählte Design-Elemente weichen vom bestehenden Styleguide ab und harmonisieren IHK Marken- und Kampagnenkommunikation.

Farbsystem:

Pro Veranstaltungsreihe werden maximal zwei IHK-Farben im Layout kombiniert. Im Beispiel der IHKjobfit! ist es der Farbton SKY und MAUVE.

Bildwelt:

Die genutzten Fotografien sollen weiterhin **fotorealistisch** sein und sich von der Farbwahrnehmung und der Körnung an der #könnenlernen-Kampagne orientieren.

Layout:

Bilder werden immer vollflächig und alle Logos und Texte innerhalb des Satzspiegels gesetzt. Lediglich das „Jetzt #könnenlernen“ wird gemäß der bundesweiten Kampagne im Anschnitt platziert.

Typografie:

Es wird ausschließlich die Schriftart „DIN 2014“ verwendet, die auch für die Kampagnen #könnenlernen genutzt wird.

PLAKAT, DIN A4

IHK-SUBMARKE OHNE LABEL



HEADLINE



DIN 2014 EXTRA BOLD

GRÖSSE DER SCHRIFT SKALIERT SICH JE NACH HEADLINE-LÄNGE UND BILDMOTIV. ZIEL IST IMMER OPTIMALE LESBARKEIT.

BEI LANGEN HEADLINES (3-ZEILIG) WIRD DIE SCHRIFT 2-FARBIG GESETZT – GEMÄSS DEM AUSGEWÄHLTEN FARB-PAAR.

EVENT-DETAILS

HINTERGRUND AUS DER #KÖNNENLERNEN-KAMPAGNE PASSEND ZUM AUSGEWÄHLTEN FARB-PAAR. (HIER SKY UND MAUVE)

SCHRIFT: WEISS

DATUM: DIN 2014 EXTRA BOLD, VERSALLEN (20/22PT)
ORT: DIN 2014 REGULAR (20/22PT)

CALL-TO-ACTION: DIN 2014 EXTRA BOLD, VERSALLEN (16/18PT)



ROUGH KÖRnung
DES BILDES

JETZT #KÖNNENLERNEN



JE NACH AUSGEWÄHLTEN FARB-PAAR.
20 MM HÖHE

IHK-LOGO

15,5 MM HÖHE

05 | SCHÜLERKOMMUNIKATION | ANWENDUNGSBEISPIELE JOBBIT

PLAKAT, DIN A4



TEASERCARD, DIN LANG PLUS



ROLL-UP



STOFFWAND



SOCIAL MEDIA POSTS



05 | SCHÜLERKOMMUNIKATION | ANWENDUNGSBEISPIELE AUSBILDUNGSSCOOTS

PLAKAT, DIN A4



SOCIAL MEDIA KONZEPT



6 ONLINE STYLEGUIDE (FIGMA)

IHK für München und Oberbayern

06 | ONLINE STYLEGUIDE (FIGMA) | DATEIEN

ONLINE STYLEGUIDE

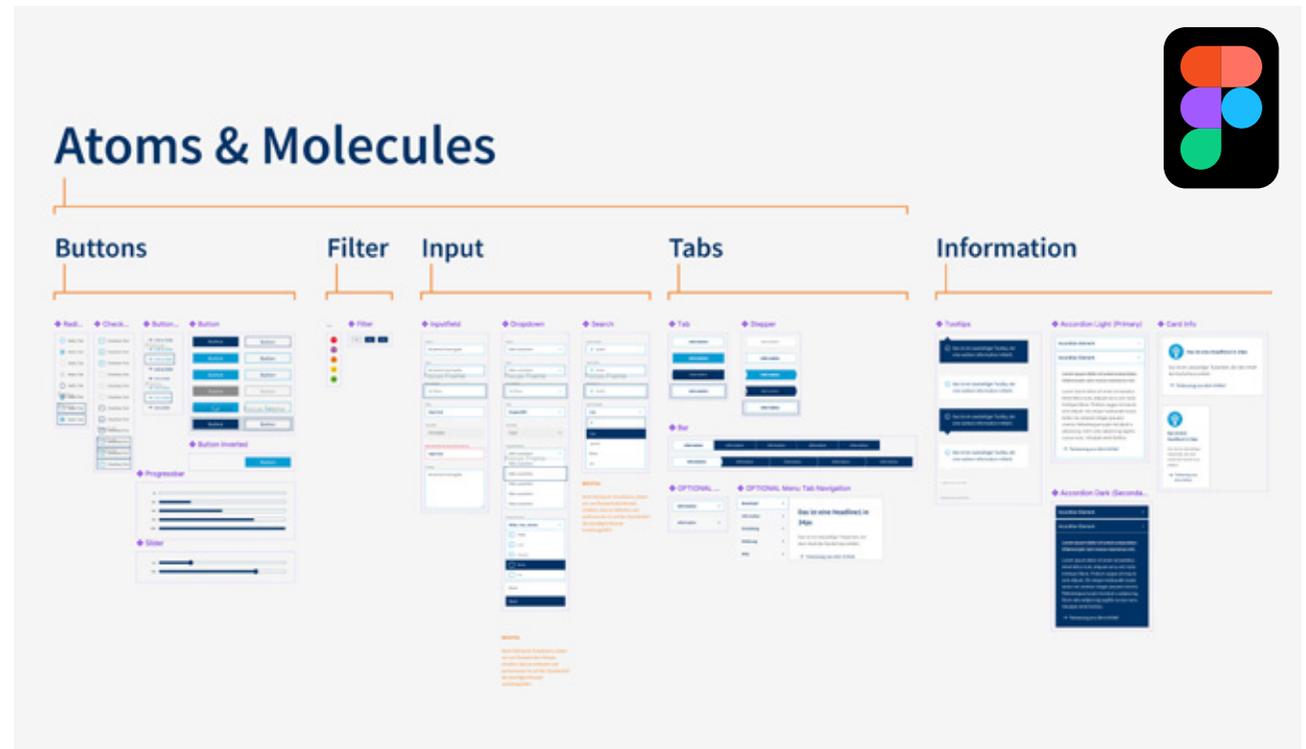
Der BIHK Online Styleguide setzt den Rahmen für einen starken digitalen Markenauftritt und hohe Wiedererkennbarkeit von Webseiten und Online-Anwendungen innerhalb der bayerischen IHK-Welt.

Neben der Figma-Datei mit allen UI-Elementen, gibt es auch wieder ein Styleguide-PDF mit Erläuterungen.

Beide Dateien können über die Styleguide-Landingpage eingesehen werden:



ihk-muenchen.de/Microsites/Styleguide/Online-BewegtBild/Online-Styleguide/



07 | INFORMATION FÜR AGENTUREN

SCHRIFTEN

Damit Sie nach den Vorgaben des Styleguides arbeiten können, benötigen Sie die vorgegebenen Schriften.

Unter folgenden Anbietern können Sie die Schriften erwerben:



[Rotis Sans Serif](#)



[Rotis Serif \(bold\)](#)



[DIN1451 Std EngSchrift](#)



[Source Sans 3 \(ehem. Source Sans Pro\)](#)

BILDER UND GRAFIKEN

Bilder und Grafiken (Lizenzbestimmungen beachten!), die dem Look und der Bildwelt entsprechen finden Sie unter



[shutterstock.com](#)



[adobestock.com](#)

ICONS

Icons, die dem Look und der Bildwelt entsprechen finden Sie unter [vectorstock.com](#)



PRODUKTIONSEMPFEHLUNG ZUR PAPIERSTÄRKE DER PUBLIKATIONEN

- Flyer 170 g matt
- Visitenkarten 300 g matt
- Einladungen DIN A4 90 g matt
- Einladungskarten DIN lang 300 g matt
- Broschüren Umschlag 300 g matt, Innenseiten 170 g matt

