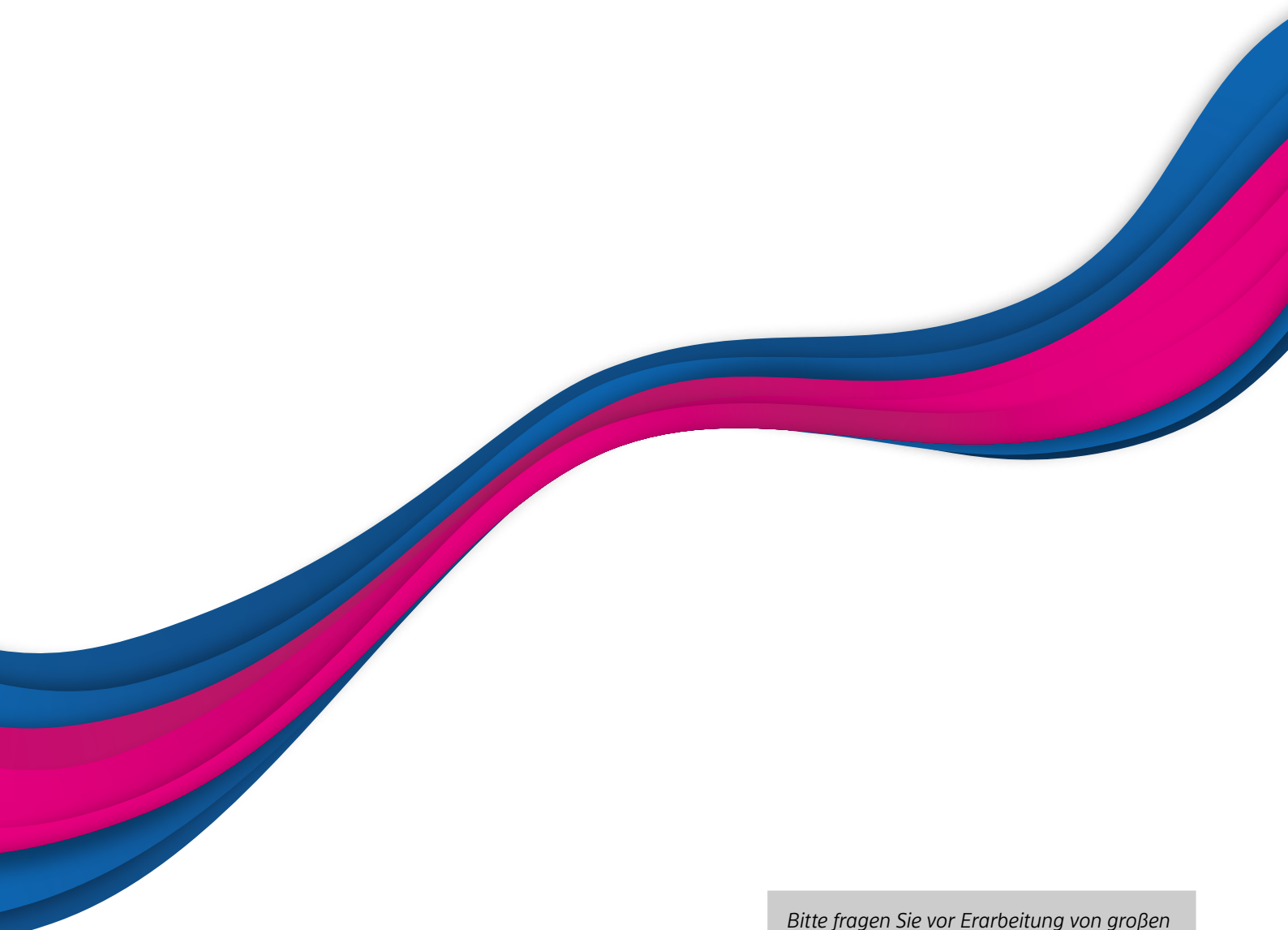




***RadKULTUR Baden-Württemberg***

# ***Corporate Design Manual***

Stand Juli 2023



*Bitte fragen Sie vor Erarbeitung von großen und langfristigen Einsätzen immer den aktuellsten Stand des Manuals bei Ihrem Auftraggeber an.*

# Inhalt

## 1. Logo

1.1 Logoaufbau	3
1.2 Logoverversionen der Initiative RadKULTUR	4
1.3 Untermarken	5
1.4 Logo – Button	8
1.5 Logo – Button mit Flow	14
1.6 Logo – Reinform	18

## 2. Farben

2.1 Farben – Hierarchisierung	22
2.2 Farbabstufungen	25
2.3 Verläufe	26

## 3. Typografie

3.1 Schriften	27
3.2 Headlinemechanik – Schreibweisen	29
3.3 Balkenelemente	30
3.4 Hierarchisierung der Headlines	35
3.5 Typografie im Layout	38
3.6 Störer und Infokästen	42
3.7 Alternativschriften	44
3.8 Systemübergreifende Schrift	45

## 4. Gestaltungselemente

4.1 Der Flow	46
4.2 Die Icons	50
4.3 Das Laufrad	52
4.4 Karten	54

## 5. RadKULTUR-Module

5.1 Die Module	56
----------------	----

## 6. Bilder

6.1 Bildkonzept	58
6.2 Übersicht Bildwelt	59
6.3 Bildquellen	64
6.4 Bildeinsatz	65

## 7. Digitale Anwendungen

7.1 Web-Auftritt	68
7.2 Social Media	71

## 8. Nebenmarken

8.1 Einführung	72
8.2 Landesweit	73
8.3 Lokale/sonstige Marken	75

## 9. Anwendungsbeispiele

9.1 Printmaterialien	76
9.2 Werbemittel	78
9.3 Sonstige	79
9.4 Online	80

## 10. Layout-Vorlagen

10.1 Standardflyer DIN Lang 6-Seiter	81
--------------------------------------	----

# 1. Logo

## 1.1 Logoaufbau

### Logo

Das Fahrrad in den beiden Kreisen, der Schriftzug und die Löwin sind die zentralen Bestandteile des Logos der „RadKULTUR Baden-Württemberg“.

#### Das stilisierte Fahrrad

Das schlicht anmutende Fahrrad-symbol – angelehnt an das „Drais’sche Laufrad“ – stellt das zentrale Thema, worum es bei der RadKULTUR geht, dar. Durch Form- und Farbgebung in einen modernen Kontext gestellt, kann es in verschiedenen Abwandlungen verwendet werden.

#### Die Kreise

Um das Fahrrad kommen zwei ineinanderlaufende Kreise hinzu. Diese symbolisieren Bewegung und die Dynamik des Radfahrens. Sie greifen die Farben des Fahrrads auf.



#### Die Löwin

Die Löwin verkörpert das Versprechen zur Verbundenheit und den Bezug zu den Werten des Landes Baden-Württemberg sowie das Land Baden-Württemberg als Absender der RadKULTUR.

#### Die Schrift

Die Schrift „bwegt Display“ ist die einheitliche Schrift aller Mobilitätsmarken des Verkehrsministeriums Baden-Württemberg.

#### Die Transparenz

Das Logo ist mit einer transparenten Fläche hinterlegt. Diese trägt dazu bei, dass das Logo auch auf farbigen Flächen oder Bildern platziert werden kann. Auf weißen Hintergründen ist sie nicht erkennbar.

## 1.2 Logoverversionen der Initiative RadKULTUR

Die auf dieser Seite aufgeführten Logos kommen nur bei Produkten der Kommunikationskampagne „Initiative RadKULTUR“ zum Einsatz.

Das Logo der Initiative RadKULTUR steht in folgenden Versionen zur Verfügung.



### Button

In erster Linie wird immer das Logo inklusive der Kreise (Button) verwendet.



### Button mit Flow

Der Button kann auch in Kombination mit dem Gestaltungselement Flow eingesetzt werden.

Die Kombination Button mit Flow ist **ausschließlich der Initiative RadKULTUR vorbehalten** und wird nicht für andere Untermarken der RadKULTUR verwendet.



### Reinform

Die Reinform kommt zum Einsatz, wenn es aus Platzgründen oder Gründen der Lesbarkeit nicht möglich oder nicht sinnvoll ist, das Button-Logo zu verwenden.

Außerdem wird die Reinform eingesetzt, wenn die RadKULTUR nicht Hauptabsender ist oder mit anderen Partnern in einer Logoleiste auftritt.



## 1.3 Untermarken

Für zentrale Projekte und Maßnahmen des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg kommen im Radverkehr weitere Marken zum Einsatz.

In diese Kategorie fallen z. B. Aktivitäten/Maßnahmen wie das RadNETZ oder die RadSCHNELLWEGE.



Das Logo RadSTRATEGIE kommt bei allen kommunikativen Mitteln, Maßnahmen oder Aktionen des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg rund um das Thema Radverkehr zum Einsatz, die keiner der anderen Untermarken zuzuordnen sind.



## Untermarken – Button mit Flow

Zu jeder Untermarke existiert neben dem Logo in Button-Form ebenfalls eine Version im Kombination mit dem Flow. Diese werden wie der Button mit Flow der Initiative RadKULTUR verwendet (siehe Kapitel 1.5 Button mit Flow).



## Untermarken – Reinformen

Zu jeder Untermarke existiert neben dem Logo in Button-Form ebenfalls eine Reinform. Diese werden wie die Reinform der Initiative RadKULTUR verwendet (siehe Kapitel 1.6 Reinform).



## 1.4 Logo – Button

### Der Schutzraum

Um die Sichtbarkeit des Logos zu gewährleisten, benötigt es einen Mindestabstand zu weiteren Elementen wie beispielsweise Grafik oder Text. Dieser ergibt sich aus der Breite des Buttons.

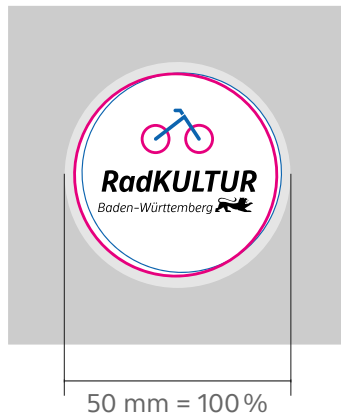
Der Schutzraum beträgt zu allen Seiten 1/4 der Buttonbreite.

Für die Untermarken gilt dieselbe Abstandsregelung.



## Button – Die Logogrößen

Logo ohne Schutzraum



Logo mit Schutzraum



### Logogröße minimal

60 %

### Format DIN A6

Logo in 60 %

### Format DIN lang

Logo in 60 %

### Format DIN A5

Logo in 60 %

### Format DIN A4

Logo in 90 %

### Format DIN A3

Logo in 120 %

### Format DIN A2

Logo in 170 %

### Format DIN A1

Logo in 240 %

### Format DIN A0

Logo in 340 %

Bei Formaten größer als A0, wie zum Beispiel Banner etc., ist das Logo auf eine gut sichtbare Größe anzupassen.

## ***Button – Die Platzierung auf Medien***

Der Button sitzt (unter Berücksichtigung des Schutzraumes und den Logo-größen – zu finden auf den beiden vorherigen Seiten) immer in der rechten oberen Ecke des Layouts.



## Button – Die Anwendung

Regelwerk für Produkte der Initiative RadKULTUR und für alle Untermarken.



Standard-Anwendung  
auf weißem Hintergrund



Standard-Anwendung (positiv)  
auf einem Bild

Steht der Button nicht auf weißem Hintergrund, ist die transparente Fläche hinter dem Logo sichtbar, um es stärker von farbigen oder bewegten Hintergründen abzuheben.

### **Anwendungsfall in der Initiative:**

Immer dann, wenn der Flow bereits in anderer Form auf dieser Seite / dem Sichtbereich / dem Medium auftaucht (vgl. Anwendungsbeispiele), wird der Button ohne Flow eingesetzt.

Das Logo steht für alle Anwendungsmöglichkeiten für Print und Online in den gängigen Dateiformaten und Farbsystemen zur Verfügung.



Standard-Anwendung  
positiv



Standard-Anwendung  
negativ

**Achtung:** Die Farben des Logos müssen auf der Hintergrundfarbe deutlich sichtbar sein, ansonsten wird auf die SW-Anwendung zurückgegriffen.



SW-Anwendung  
positiv



SW-Anwendung  
negativ



## Button – Negativbeispiele

Das Logo darf unter keinen Umständen von der angeführten Gestaltung abweichen. Es ist darauf zu achten, dass das Logo vollständig und unverfälscht abgebildet wird. Dies gilt im weiteren Verlauf auch für die Logo-Variante Button mit Flow.

Unzulässig sind:



quetschen



Einfärben von Elementen



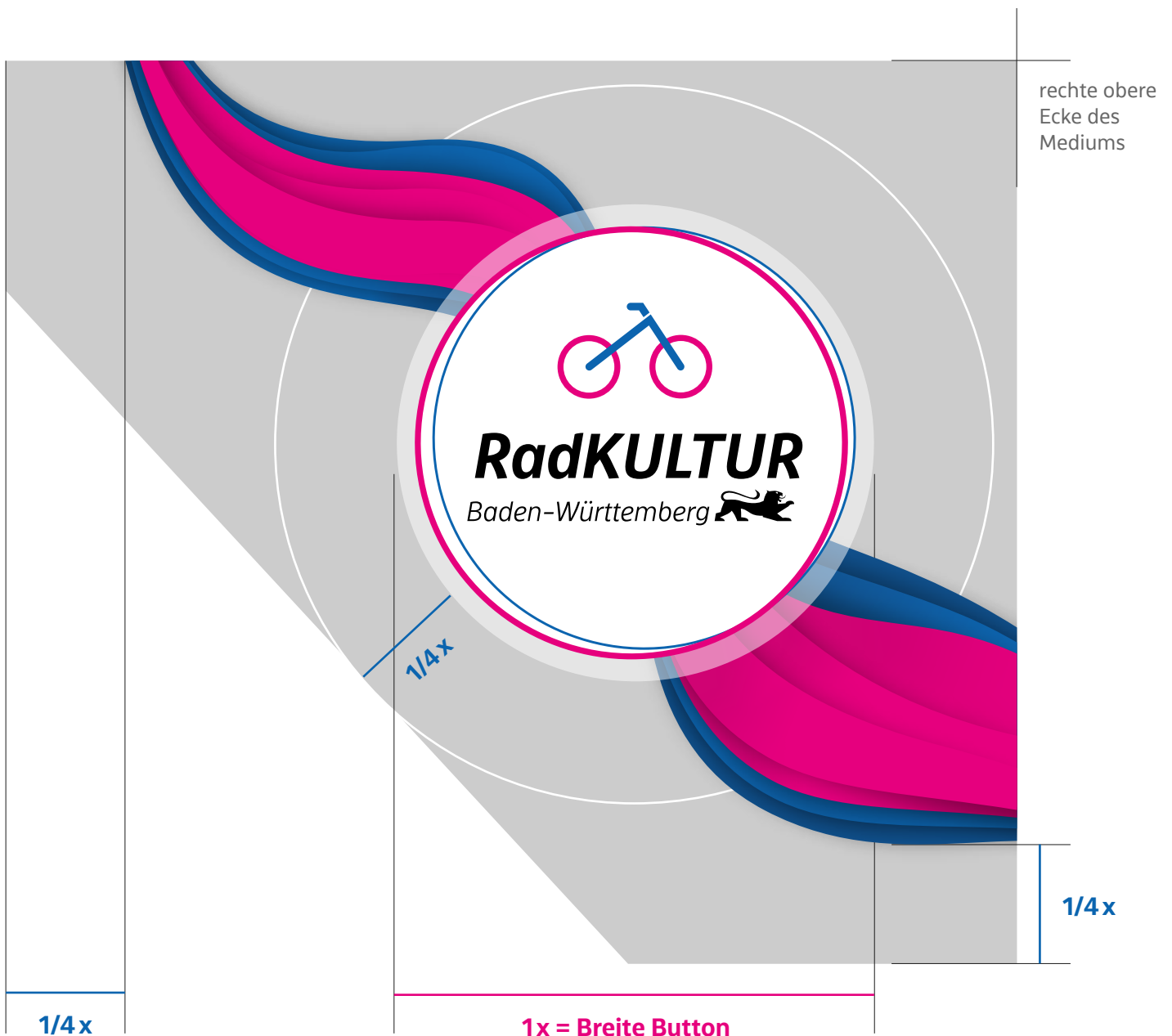
jegliche Art der Einfärbung der Logo-Elemente



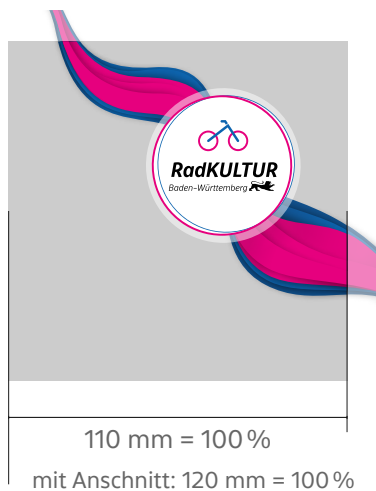
Vergrößern, Verkleinern oder Drehen von Elementen

## 1.5 Logo – Button mit Flow Der Schutzraum

Die einzuhaltende Freifläche des Buttons mit Flow ergibt sich aus dem kreisförmigen Schutzraum des Buttons plus einer Freifläche um den Flow. Diese errechnet sich ebenfalls aus  $\frac{1}{4}$  der Button-Breite und ist aus der Darstellung unten ersichtlich.



## Button mit Flow – Die Logogrößen



### Logogröße minimal

60 %

### Format DIN A6

Logo in 60 %

### Format DIN lang

Logo in 60 %

### Format DIN A5

Logo in 60 %

### Format DIN A4

Logo in 90 %

### Format DIN A3

Logo in 120 %

### Format DIN A2

Logo in 170 %

### Format DIN A1

Logo in 240 %

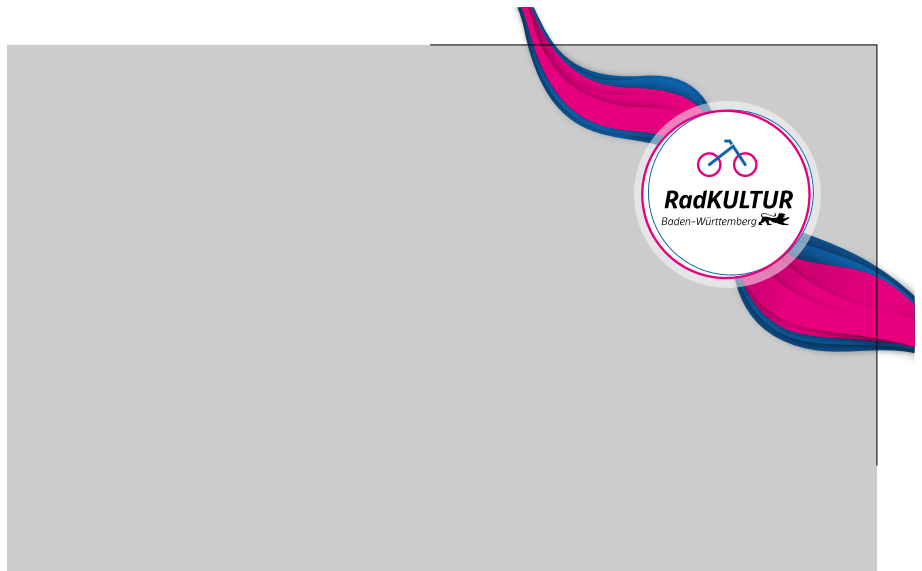
### Format DIN A0

Logo in 340 %

Bei Formaten größer als A0, wie zum Beispiel Banner etc., ist das Logo auf eine gut sichtbare Größe anzupassen.

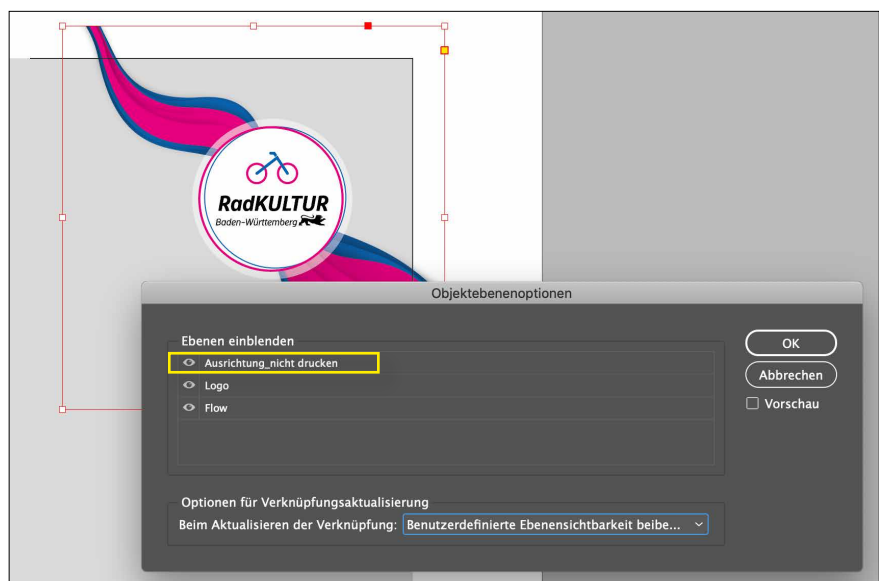
## Button mit Flow – Die Platzierung auf Medien

Auf allen Medien, die nicht gedruckt werden, wird das **Logo mit Flow** entsprechend der Abstandsvorgaben in der oberen rechten Ecke platziert. Auf Printmedien kommt das entsprechende **Logo mit Anschnitt** zur Anwendung. Zur exakten Platzierung kann in der Datei eine Hilfslinie eingeblendet werden, die nach Ausrichtung der Logo-Datei wieder ausgeblendet werden sollte (Vorgehen siehe Beschreibung unten).



### Vorgehensweise zur Ausrichtung der Datei „Logo mit Flow CMYK mit Anschnitt“ in InDesign:

- Logo in InDesign importieren
- Größe auf das Layout anpassen (siehe 1.8 Größen)
- Objekt muss angewählt sein
- Menü - Objekt - „**Objektebenenoptionen**“ auswählen (auch zu finden über den Rechtsklick auf die platzierte Logo-Datei)
- die Ebene „**Ausrichtung\_nicht drucken**“ einblenden
- Logo anhand der Markierung in der rechten oberen Ecke platzieren
- nach der Positionierung die Ebene mit der Hilfsmarkierung über den selben Weg **wieder ausblenden**



## Button mit Flow – Die Anwendung



Standard-Anwendung mit Flow  
auf weißem Hintergrund



Standard-Anwendung mit Flow  
auf einem Bild

### Anwendungsfall in der Initiative:

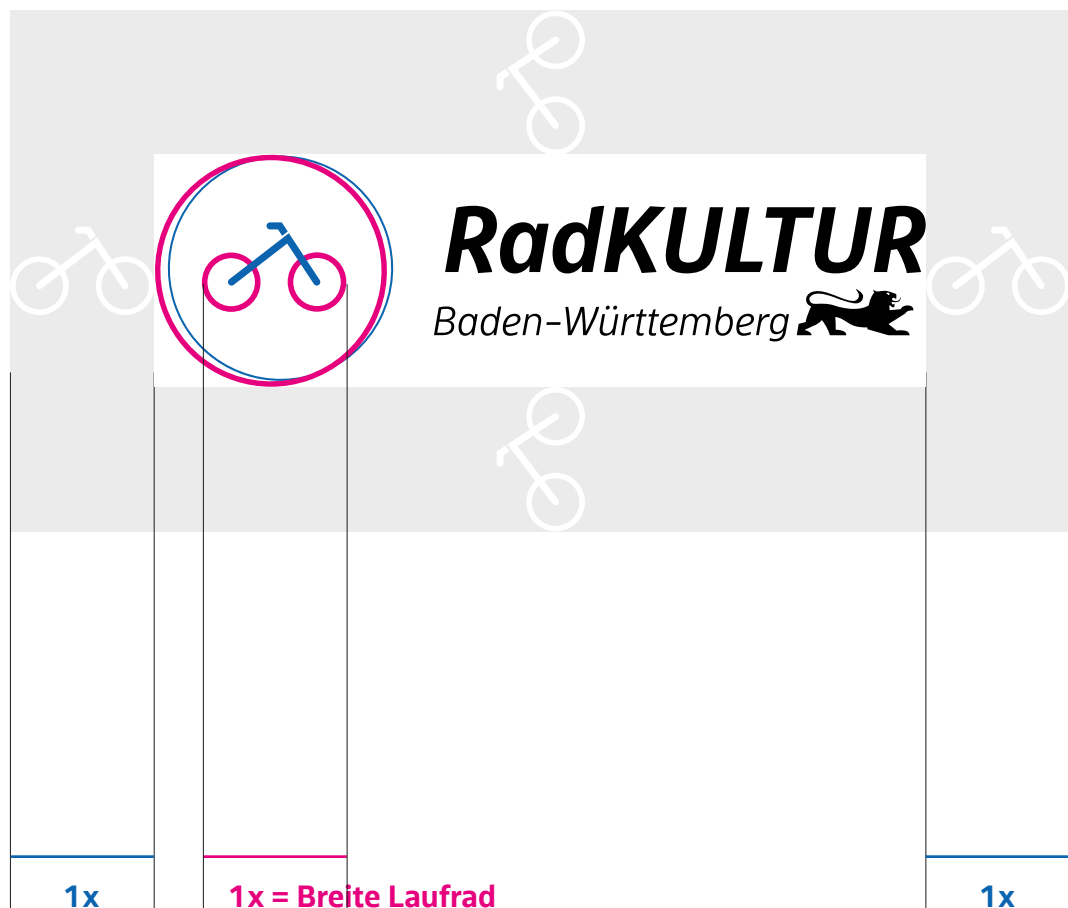
Immer dann, wenn der Flow auf dieser Seite/ dem Sichtbereich/ dem Medium nicht in anderer Form auftaucht (vgl. Anwendungsbeispiele)

## 1.6 Logo – Reinform

### Der Schutzraum

Um die Sichtbarkeit des Logos zu gewährleisten, benötigt es einen Mindestabstand zu weiteren Elementen wie beispielsweise Rändern, Grafik oder Text. Dieser Abstand ergibt sich aus der Breite des im Logo enthaltenen Laufrades.

Der Schutzraum beträgt zu allen Seiten eine Breite des Laufrades.



## Reinform – Die Logogrößen

Logo ohne Schutzraum



### Logogröße minimal

40 %

### Format DIN A6

Logo in 50 %

### Format DIN lang

Logo in 50 %

### Format DIN A5

Logo in 50 %

### Format DIN A4

Logo in 60 %

Logo mit Schutzraum



### Format DIN A3

Logo in 90 %

### Format DIN A2

Logo in 110 %

Bei Formaten größer als A2, wie zum Beispiel Banner etc., ist das Logo auf eine gut sichtbare Größe anzupassen.

## Reinform – Die Anwendung

Die Reinform steht für alle Anwendungsmöglichkeiten für Print und Online in den gängigen Dateiformaten und Farbsystemen zur Verfügung.

Die Reinform kommt **bei Kooperationspartnern** zum Einsatz. Sie wird verwendet, wenn die RadKULTUR nicht Hauptabsenderin ist oder mit anderen Partnern in einer Logoleiste auftritt. Bei der Initiative RadKULTUR kommt die Reinform zum Einsatz, wenn es aus Platzgründen oder Gründen der Lesbarkeit nicht möglich oder nicht sinnvoll ist, das Button-Logo zu verwenden.



Standard-Anwendung  
positiv



Standard-Anwendung  
negativ

**Achtung:** Die Farben des Logos müssen auf der Hintergrundfarbe deutlich sichtbar sein, ansonsten wird auf die SW-Anwendung zurückgegriffen.



SW-Anwendung  
positiv



SW-Anwendung  
negativ



## Reinform – Negativbeispiele

Das Logo darf unter keinen Umständen von der angeführten Gestaltung abweichen. Es ist darauf zu achten, dass das Logo vollständig und unverfälscht abgebildet wird. Auch das Laufrad in den Kreisen darf nicht getrennt von der Schrift verwendet werden.

Unzulässig sind:



quetschen



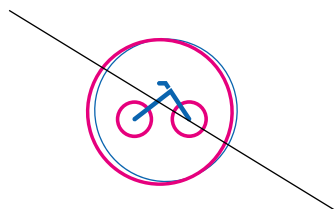
Einfärben von Elementen



jegliche Art der Einfärbung der Logo-Elemente



Vergrößern, Verkleinern oder Drehen von Elementen



Elemente herauslösen / einzeln setzen



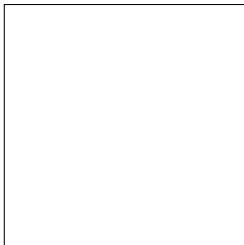
## 2. Farben

### 2.1 Farben – Hierarchisierung

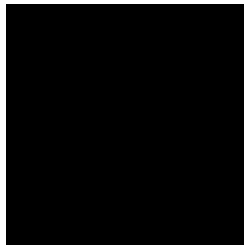
Die Farben stammen aus den offiziellen Gestaltungsrichtlinien des Landes und verweisen somit auf den Absender der RadKULTUR – das Land Baden-Württemberg.

#### Primärfarben

Magenta und Blau sind die Primärfarben der RadKULTUR. Schwarz wird als Schriftfarbe verwendet.



Weiß  
C0 M0 Y0 K0  
R100 G100 B100



Schwarz  
C0 M0 Y0 K100  
R0 G0 B0  
Pantone Black C  
Hex 000000



Magenta  
C0 M100 Y0 K0  
R230 G0 B125  
Pantone 226 C  
Hex E6007D



Blau  
C90 M57 Y0 K0  
R10 G101 B175  
Pantone 660 C  
Hex 0a64ae

#### Sekundärfarben

Ergänzend kommen als Sekundärfarben ein Tiefblau, ein Violett und ein Hellgrau hinzu. Diese Farben können als Erweiterung der Primärfarben genutzt werden. Sie werden jedoch nicht als Schriftfarbe verwendet.

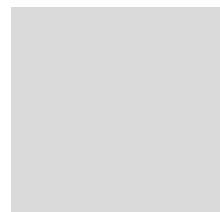
**Ausnahme:** Wenn es sehr viele Infokästen gibt und dadurch viele unterschiedliche Farben benötigt werden.



Tiefblau  
C100 M85 Y30 K10  
R33 G57 B109  
Pantone 661 C  
Hex 21386D



Violett  
C86 M100 Y18 K8  
R76 G38 B111  
Pantone 2607 C  
Hex 4C266F



Hellgrau  
C0 M0 Y0 K20  
R218 G218 B218  
Hex DADADA

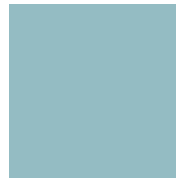
### Tertiärfarben

Für ein breiteres Spektrum stehen zu den Primär- und Sekundärfarben weitere Farben zur Verfügung. Diese kommen ausschließlich zum Einsatz wenn Primär- und Sekundärfarben eine zu geringe Farbpalette aufweisen – beispielsweise in Illustrationen, Diagrammen oder zur Strecken-Unterscheidung in Karten, wie auch als Erweiterung der Farbpalette in der RadSchnitzeljagd bei einer hohen Routenanzahl.

In Illustrationen sind dies zum Beispiel Hintergründe, Landschaften oder weniger wichtige Details von Personen und Gegenständen.



Dunkelpetrol  
**C60 M15 Y25 K20**  
**R106 G158 B166**  
**Pantone 2219 C**  
**Hex 6A9EA6**



Petrol  
**C45 M15 Y22 K1**  
**R148 G188 B195**  
**Pantone 4156 C**  
**Hex 94BCC3**



Hellpetrol  
**C20 M0 Y10 K0**  
**R214 G236 B235**  
**Pantone 552 C**  
**Hex D6ECEB**



Dunkelgrün  
**C58 M23 Y90 K5**  
**R101 G142 B30**  
**Pantone 370 C**  
**Hex 658E1E**



Grün  
**C40 M3 Y68 K0**  
**R168 G194 B67**  
**Pantone 2300 C**  
**Hex A8C243**



Hellgrün  
**C20 M0 Y60 K0**  
**R224 G236 B146**  
**Pantone 2295 C**  
**Hex E0EC92**

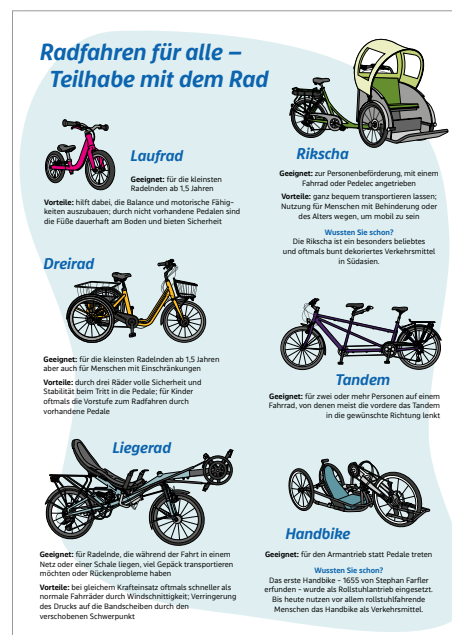
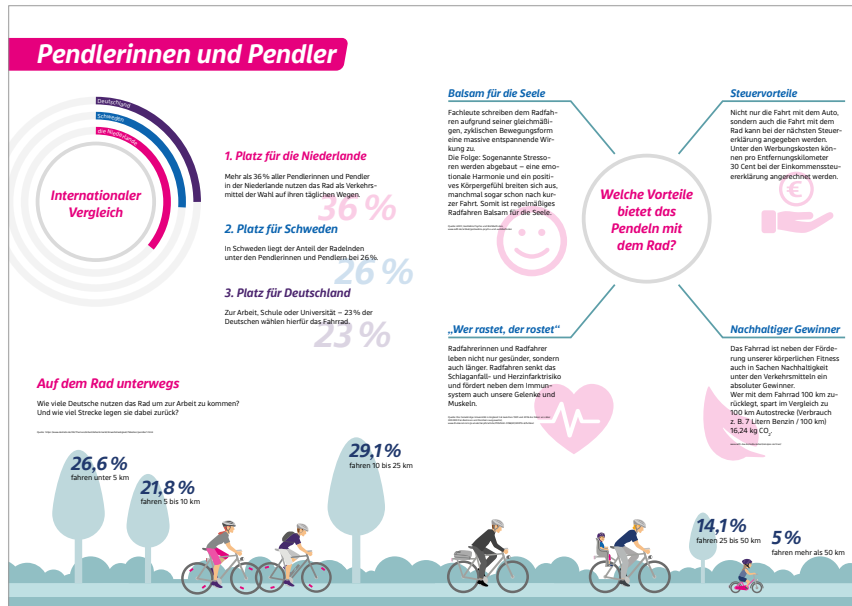


Aubergine  
**C11 M100 Y9 K47**  
**R126 G28 B78**  
**Pantone 4074 C**  
**Hex 7E1C4E**



Gelb  
**C0 M30 Y90 K0**  
**R255 G181 B0**  
**Pantone 7548 C**  
**Hex FFB500**

# Farbanwendungen – Beispiele



## 2.2 Farbabstufungen

### Farbabstufungen

Die Primär- und Sekundärfarben dürfen zur Erweiterung der Farbpalette auch in abgestufter Form verwendet werden. Hierfür wird der jeweilige Farbton auf 20 % heruntergesetzt.

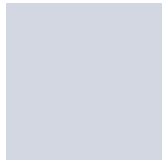
Eingesetzt werden die Transparenzen hauptsächlich zur Hervorhebung von Infokästen **(ausgenommen von Magenta)** oder in Grafiken und Illustrationen.



Magenta 20 %



Blau 20 %



Tiefblau 20 %



Violett 20 %

Routen

RadSchnitzeljagd in Offenburg

Route 1

Gustav-Weg

ca. 290 hm

ca. 44 km

Start:

Franz-Volk-Park,

Franz-Volk-Straße 20,

77652 Offenburg

Route 2

Gustav-Weg

ca. 290 hm

ca. 44 km

Start:

Franz-Volk-Park,

Franz-Volk-Straße 20,

77652 Offenburg

Route 3

Gustav-Weg

ca. 290 hm

ca. 44 km

Start:

Franz-Volk-Park,

Franz-Volk-Straße 20,

77652 Offenburg

Route 4

Gustav-Weg

ca. 290 hm

ca. 44 km

Start:

Franz-Volk-Park,

Franz-Volk-Straße 20,

77652 Offenburg

Geheimcodes sammeln und gewinnen

Silben der Route 1

Lösungssatz

Silben der Route 2

Lösungssatz

Silben der Route 3

Lösungssatz

Silben der Route 4

Lösungssatz

So funktioniert die Teilnahme am Gewinnspiel:

Einfach die Lösungssätze errädeln und anschließend in die Online-Maske unter [www.radkultur-bw.de/radschnitzeljagd-offenburg](http://www.radkultur-bw.de/radschnitzeljagd-offenburg) eintragen oder Sie schicken den ausgefüllten Flyer per Post an:

Stadt Offenburg, Verkehrsplanung Radverkehr, Wilhelmstraße 12, 77654 Offenburg.

Abstender nicht vergessen!

## 2.3 Verläufe

### Verläufe

Um Dynamik und Tiefe in Hintergrundflächen zu generieren, können die Farben als Verlauf eingesetzt werden. Hierfür kommen dunklere Farbfelder hinzu, die ausschließlich für einen solchen Verlauf verwendet werden dürfen.

Zum Einsatz kommen diese beispielsweise für die flächigen Hintergründe von Postkarten, Plakaten oder Shareables. Der Verlauf läuft diagonal von links unten (hell) nach rechts oben (dunkel). Der dunkle Bereich befindet sich dann hinter dem RadKULTUR-Logo.

Die Verläufe sind bei den folgenden vier Farben wie abgebildet möglich.

Beispiele im Kapitel „Anwendungsbeispiele“

			<b>Magenta abgedunkelt</b> C35 M100 Y35 K10 R195 G0 B107 Hex C3006B
Magenta			
			<b>Tiefblau</b> C100 M85 Y30 K10 R33 G57 B109 Hex 21386D
Blau			
			<b>Tiefblau abgedunkelt</b> C100 M85 Y30 K50 R23 G36 B73 Hex 172449
Tiefblau			
			<b>Violett abgedunkelt</b> C86 M100 Y18 K50 R51 G21 B73 Hex 331549
Violett			

## 3. Typografie

### 3.1 Schriften

Für die Kommunikation der RadKULTUR Baden-Württemberg werden zwei Schriftarten verwendet. Die „bwegt Display“ und die „bwegt Text“.



Die Lizenz für alle benötigten bwegt-Schriftschnitte erhalten Sie von Ihrem Auftraggeber (z. B. NVBW, VM). Alternativschriften für Anwender ohne Lizenz der bwegt-Schriften werden in Kapitel 3.7 aufgeführt.

#### **bwegt Display Bold Italic**

Der Schriftzug „RadKULTUR Baden-Württemberg“ des Logos ist in der Schrift bwegt Display Bold Italic gesetzt.

Die bwegt Display Bold Italic kommt im **Logo** sowie bei **Headlines** und **Subheadlines** zum Einsatz.

***Ee***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890***

#### **bwegt Display Light Italic**

Der Schriftschnitt Light Italic wird hauptsächlich in **Zitaten** oder in einleitenden Texten wie **Vorworten** oder **Grußworten** von Flyern und Broschüren verwendet.

***Ee***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890***

### **bwegt Text Regular**

Ergänzend kommt die moderne, gut leserliche Schrift bwegt Text Regular zur Anwendung. Sie ist sachlich und weniger verspielt und eignet sich dadurch für Fließtext, Text in Tabellen oder Bildlegenden. Außerdem lassen sich mit ihr Zahlen und Daten schnell erfassen.

Die bwegt Text Regular kommt in allen **Fließtexten** zum Einsatz sowie für **Zahlen** und die **Angaben eines Datums**.

Ee

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### **bwegt Text Bold**

Für **Hervorhebungen** wie **Datum, Uhrzeit, Mail- oder Webadressen** wird der Schriftschnitt Bold der bwegt Text verwendet.

Ee

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Genauere Definitionen zum Einsatz der Schriftarten folgen auf den nächsten Seiten.



## 3.2 Headlinemechanik – Schreibweisen

### Schreibweise der Marken

Beim Schriftzug des Logos sowie bei jeglicher Nennung der Marke in Fließtexten etc. wird der zweite Teil des Wortes in Großbuchstaben gesetzt. Auch bei der Nennung der Untermarken wird diese Schreibweise verwendet.

***RadKULTUR***

***RadNETZ***

***RadSTRATEGIE***

***RadSCHNELLWEG***

***RadKONGRESS***

### Schreibweise Maßnahmen der Initiative RadKULTUR

Bei der Bezeichnung der Maßnahmen wird für eine bessere Lesbarkeit und aus Platzgründen nur der Anfangsbuchstabe des zweiten Wortbausteins als Großbuchstabe gesetzt.

Einzelne Maßnahmen der RadKULTUR Baden-Württemberg erhalten, abgeleitet von der Wortmarke, eigene Bezeichnungen. Im besten Fall setzt sich der Name dafür aus dem Wort „Rad“ mit einem ergänzenden Substantiv wie beispielsweise „Star“ oder „Schnitzeljagd“ zusammen.

***RadBingo***

***RadCheck***

***RadInfo***

***RadSchnitzeljagd***

***RadStar***

***PedelecTestflotte***

***LastenradVerleih***

Sonderformen:

***RadKULTUR-Tag***

***RadService-Punkt***

### ***3.3 Balkenelemente Als Headlines***

Angelehnt an die Rundungen und Schrägstellung der Schrift und an das Gestaltungselement Flow werden Headlines auf Plakaten oder Titelseiten auf vordefinierten Balken platziert. Diese sind in den Farben Magenta und Blau und haben abgerundete Ecken. Sie enden rechts und links mit einer Schräge bzw. werden **links randabfallend** gesetzt.

Bei mehrzeiligen Head- und Sublines ist immer der abgestufte Zeilenbeginn zu beachten. Er orientiert sich an der Schräge der Schrift auch bei in den Anschnitt auslaufenden Balken.



## Balkenheadlines – Beispiele



**RadSchnitzeljagd**  
in Offenburg

**27. Juli –  
3. Oktober 2022**

Begeben Sie sich auf eine Entdeckungstour im Fahrradsattel!  
[www.radkultur-bw.de/offenburg](http://www.radkultur-bw.de/offenburg)

**OFFENBURG**  
UNSERE STADT

  
**Baden-Württemberg**  
MINISTERIUM FÜR VERKEHR

**RadKULTUR**  
Baden-Württemberg



Aufsatteln mit dem  
**RadGeber**  
im Landkreis Böblingen

 **LANDKREIS  
BÖBLINGEN**

**RadKULTUR**  
Baden-Württemberg

### Beispiele verschiedener Headlinevarianten

Es stehen Vorlagen in unterschiedlichen Varianten als Illustrator-Datei zur Verfügung.

#### Headline alleine

Besteht die Headline nur aus einem Wort/Satz, wird das Balkenelement in Magenta verwendet.

**RadService-Punkt**

#### Headline und Subline

Bei einer Headline mit Subline steht die Headline auf einem Balkenelement in Magenta und die Subline darunter auf einem Balken in Blau. Die Größenverhältnisse zueinander sind vorgegeben. Der blaue Balken liegt immer im Vordergrund.

**RadSchnitzeljagd**

*Mengen mit dem Fahrrad erkunden*

#### Headline und Subline mit Umbruch

Bei einer mehrzeiligen Subline besteht die Möglichkeit, sie in zwei Zeilen zu setzen. Auch hierfür stehen Vorlagen zur Verfügung.

**RadSchnitzeljagd**

*Sublines werden ab einem bestimmten Punkt umbrochen*

**Landkreis Ravensburg**

**RadStar**

*„Gesichter der RadKULTUR“ gesucht!*

#### Headline mit Overline und Subline

Steht über der Headline noch eine Overline, wird diese auf einen Balken in derselben Farbe wie die Headline gesetzt.

#### Hinweis

Diese Vorgaben gelten für Plakate, Titelseiten, Shareables usw. Auf Innenseiten von Flyern/Broschüren usw. können Headlines auch mit einem blauen Balken hinterlegt werden.

## Balkenelemente – Der Umgang

Für die Erstellung der Balkenelemente stehen Vorlagen zur Verfügung.


### Bearbeitung der einzelnen Balken:

1. Länge der Balken einzeln an Textlänge anpassen  
**Achtung:** Ankerpunkte verschieben, nicht das gesamte Objekt verzerren
2. entsprechende Rundung am Ende des kürzeren Balkens entfernen  
(siehe Beispiele links mit gelber Markierung)

### Umbrüche

in Headline: nicht mehr als ein Zeilenumbruch

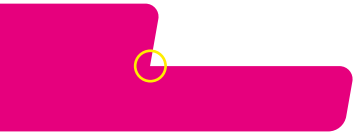
in Subline: es ist darauf zu achten, dass die obere Zeile der Subline immer länger ist als die untere Zeile




Idealfall: Headline länger als Subline




Headline zweizeilig – oben länger



Headline zweizeilig – unten länger  
(möglichst zu vermeiden)



doppelte oder zweizeilige Subline



Headline kürzer als Subline

### Negativbeispiele



zu viel oder zu wenig Balken nach Zeilenende



Schrift zu klein im Balken



Vertauschte Farben der Balken



fehlende Überlappung der Balken



verzerrte Rundungen der Balken



Schrift zu groß im Balken



geänderte Farben der Balken

## Balkenelemente – Beispiele



### Kommunikation während des Moduls

#### Kontinuierliche Kommunikation

Machen Sie während der Durchführung mehrmals auf die Aktion aufmerksam, z.B. zum Start, während des Aktionszeitraums und kurz vor dem Ende. Dies betrifft vor allem die Module RadBingo und PedelecTestflotte. Rufen Sie die Module Ihren Beschäftigten immer wieder ins Gedächtnis.

#### Aktionen rund um die Module

Ergänzen Sie die RadKULTUR Module durch kleine Aktionen rund um das Thema Radfahren. Das motiviert Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch mehr zur Teilnahme an den Modulen.

Hier finden Sie jeweils ein paar Vorschläge, welche Aktionen Sie zum jeweiligen Modul durchführen können:

**➤ PedelecTestflotte – Aktiv in der Mittagspause**

Motivieren Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für eine kurze Radtour in der Mittagspause, entweder mit dem eigenen Fahrrad oder mit einem aus der PedelecTestflotte. Auf diese Weise lernen die Kolleginnen und Kollegen nicht nur die Umgebung kennen und bleiben fit und gesund, sondern erhalten gleichzeitig die Möglichkeit, das neue Angebot zu testen. Machen Sie im Intranet oder über einen Aushang in der Kantine auf die Aktion aufmerksam und schlagen Sie am besten gleich eine kleine Route (ca. 20 Min. Fahrzeit) vor.

**➤ PedelecTestflotte – Gemeinsam in den Feierabend radeln**

Die PedelecTestflotte lässt sich am besten in der Gruppe ausprobieren. Finden Sie Radbegeisterte in Ihrem Unternehmen, die an einem Abend im "Test-Zeitraum" gemeinsam auf die Fahrräder steigen. Kommunizieren Sie die Aktion über Ihre Kanäle. Geben Sie den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Möglichkeit ihre Erfahrungen im Intranet oder auf Social Media unter der Verwendung von Hashtags (z.B. #radelnindefierabend, #pedelectestflotte) mit anderen Kolleginnen zu teilen.

**➤ RadService-Punkt – (Digitale) Einweihungsparty**

Neues muss gefeiert werden! Erfreuen Sie sich gemeinsam mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an Ihrem neuen RadService-Punkt auf Ihrem Gelände und veranstalten eine kleine Einweihungsparty (momentan auch als Online-Live-Event – mit Zugriff aus dem Home-Office – denkbar). Nutzen Sie die Gelegenheit, um Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die vielen Funktionen der Station aufzuklären und alle Radbegeisterten zur Wahrnehmung des neuen Angebots zu motivieren.

**➤ RadService-Punkt – RadKULTUR Tutorials als Hilfestellung**

Nutzen Sie die RadTutorials und zeigen Sie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wie diese Ihr Fahrrad richtig einstellen oder wie ein platter Reifen geflickt werden kann. Teilen Sie hierfür das entsprechende Video bei sich im Intranet und verweisen Sie auf das Werkzeug in Ihrem neuen RadService-Punkt. Die Videos finden Sie unter [www.youtube.com/user/radkulturbw/videos](https://www.youtube.com/user/radkulturbw/videos).

**➤ RadCheck – Bike-Service-Picknick**

Organisieren Sie ein kleines gemeinsames Picknick mit leckeren Snacks an den Fahrradständern, bei dem die Räder Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch den RadCheck auf den neuesten Stand gebracht werden. Animieren Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Fotos während des RadCheck auf Social Media und im Intranet zu teilen.

**➤ RadInfo – Gesundheitstag**

Ein Gesundheitstag im Unternehmen bietet ein breites Spektrum der Präventions- und Gesundheitsvorsorge und informiert Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Themen wie Ernährung, Entspannung und Bewegung. Diese Veranstaltung lässt sich ideal durch das Modul RadInfo ergänzen. Im Rahmen dessen vermitteln kurzweilige Vorträge wertvolles und praktisches Wissen rund um das Thema Fahr-sicherheit. Tolle RadKULTUR-Give-Aways wie Fahrrad-Reflektoren oder Sattelüberzüge können Sie jederzeit unter [www.radkultur-bw.de/werbeartikel](https://www.radkultur-bw.de/werbeartikel) als kleines Dankeschön für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bestellen.

## 3.4 Hierarchisierung der Headlines

Diese Übersicht zeigt die Möglichkeiten der Schrifthierarchisierung und gibt die Richtung für die Verwendung der unterschiedlichen Schriften (bwegt Text und bwegt Display) und ihre Schriftschnitte vor.

**Das Größenverhältnis zwischen Schriftgröße und Balkengröße muss stets eingehalten werden, um ein einheitliches Bild zu schaffen. Balken und Schrift werden somit immer gemeinsam als Gruppe skaliert. Verwenden Sie zur Erstellung der Headlines in Balken die zur Verfügung stehenden Vorlagen** (diese können beim Auftraggeber angefragt werden).

Der Umgang mit der Headline in Balken im Layout wird auf der nachfolgenden Seite genauer definiert. Die Balken kommen ausschließlich bei in Grafikprogrammen erstellten Dokumenten zum Einsatz. **Balken finden keine Anwendung in Microsoft-Office-Dokumenten.** Hier wird die Alternative ohne Balken eingesetzt.

### Dokumententitel

Der Haupttitel eines Dokuments kann, wie im vorherigen Verlauf unter „**Beispiele verschiedener Headlinevarianten**“ beschrieben, in unterschiedlichen Varianten stehen, beinhaltet jedoch immer einen magentafarbenen Balken. Zusätzlich kann eine Subline in blauem Balken, eine Overline in blauem (oder magenta) Balken oder beide Zusätze zur Headline ergänzt werden.

Der Umgang im Layout bezüglich Größen der Headlines wird im weiteren unter **3.3 Typografie – Anwendung im Layout** thematisiert.



## Headlines im weiteren Dokumentenverlauf

Headlinehierarchien müssen im einzelnen Dokument durchgehend eingehalten werden. Wird eine Hierarchieebene nicht benötigt, so kann sie für das jeweilige Dokument entnommen werden.

Die Schriftgrößen sind für ausgewählte Medien im Folgenden genau definiert.

**Kapitelheadline (H1)**

**Kapitelheadline (H1)**

bwegt Display Bold Italic

- Balken kann Magenta oder Blau sein
- Verwendet wird die Form des Balkens einer Subline der H1

**Kapitelheadline (H1)**

**Kapitelheadline (H1)**

bwegt Display Bold Italic

- Magenta oder Blau
- kommt zum Einsatz, wenn das Balkenelement aus Layout- oder Platzgründen nicht gesetzt werden kann

**Zwischenheadline (H2)**

**Zwischenheadline (H2)**

bwegt Text Bold

- Magenta oder Blau

**Zwischenheadline (H2)**

**Zwischenheadline (H2)**

bwegt Display Bold Italic

- Magenta oder Blau

**Unterheadline (H3)**

**Unterheadline (H3)**

bwegt Text Bold

- Magenta oder Blau
- Schriftgröße wie Fließtext

**Unterheadline (H3)**

**Unterheadline (H3)**

bwegt Display Bold Italic

- Magenta oder Blau
- Schriftgröße wie Fließtext

Fließtext

bwegt Text Regular

- Schwarz



## Schriftgrößen im Layout

Für ein einheitliches Bild sind für einige Medien feste Größen für die unterschiedlichen Headlines festgelegt. Dies betrifft Printprodukte wie Broschüren und unterschiedliche Flyerformate. Fließtexte haben in allen Medien die selbe Schriftgröße.

	<i><b>Broschüren und Flyer DIN A4</b></i>	<i><b>Flyer DIN A5, DIN lang</b></i>	<i><b>Broschüren DIN A6 (z.B. RadGeber)</b></i>
<b>Dokumententitel</b>	Individuell je nach Titellänge	Individuell je nach Titellänge	Individuell je nach Titellänge
<b>Kapitelheadline (H1)</b>	31 pt Schriftgröße wird die Headline im Balken verwendet, so hat dieser die Höhe über <b>drei Zeilen</b> des Grundlinien- rasters	19 pt Schriftgröße wird die Headline im Balken verwendet, so hat dieser die Höhe von <b>7 mm</b>	16 pt Schriftgröße wird die Headline im Balken verwendet, so hat dieser die Höhe über <b>zwei Zeilen</b> des Grundlinien- rasters
<b>Zwischenheadline (H2)</b>	14 pt Schriftgröße, 16 pt ZAB	14 pt Schriftgröße, 16 pt ZAB	12 pt Schriftgröße, 16 pt ZAB
<b>Unterheadline (H3)</b>	9 pt Schriftgröße, 12 pt ZAB	9 pt Schriftgröße, 12 pt ZAB	9 pt Schriftgröße, 12 pt ZAB
<b>Fließtext</b>	9 pt Schriftgröße, 12 pt ZAB	9 pt Schriftgröße, 12 pt ZAB	9 pt Schriftgröße, 12 pt ZAB

## 3.5 Typografie im Layout

Die Größen der Headlines mit Balken können mit wenigen Einschränkungen sehr flexibel eingesetzt werden. Diese beschränken sich auf minimale und maximale Größen sowie die Größen im Layout auf Innenseiten.

### Maximale Größe

Sehr kurze Headlines (oder Head- und Subline-Kombinationen) wie zum Beispiel „RadStar“ dürfen nicht mehr als 2/3 der Breite der Titelseite einnehmen. Längere Headlines dürfen dagegen über die gesamte Breite der Seite innerhalb des Satzspiegels gesetzt werden. Es soll ein harmonisches Bild entstehen, in dem die Headline eine angenehme Lesegröße im Layout einnimmt.



### Minimale Größe

Steht eine Headline inklusive Subline mit Balken im Layout, so orientiert sich die Mindestgröße an der Größe des Fließtextes. Die Subline ist niemals kleiner als die Informationen im Fließtext.

### Größen auf Innenseiten

Zur Orientierung der Headlinegrößen auf Innenseiten eines mehrseitigen Dokuments dient die zuvor unter „Schriftgrößen im Layout“ aufgeführte Größentabelle.

## Typografie im Layout

Die zwei Schriftarten bwegt Text und bwegt Display mit jeweils zwei Schriftschnitten werden wie folgt im Layout verwendet:

### Hervorhebungen

Zur Hervorhebung von Informationen innerhalb eines Fließtextes wird der Schriftschnitt **Bold** der „bwegt Text“ verwendet.

### Farben im Text

Für farbige Hervorhebungen innerhalb eines Textes werden ausschließlich die Primärfarben **Magenta** und **Blau** verwendet. Die Sekundärfarben kommen nur dann zur Anwendung, wenn zwingend mehr als zwei Farben benötigt werden.

### Kennzeichnung von Webadressen

- In Fließtexten wird die Formatierung **Bold** in der Farbe Blau der RadKULTUR verwendet, Beispiel: **[www.musterseite.de](http://www.musterseite.de)**
- Auf Titelseiten und großflächigen Medien wie Plakaten, Bannern oder in Ausnahmefällen wird die URL zur stärkeren Hervorhebung in **Bold** in der Farbe Magenta der RadKULTUR gesetzt, Beispiel: **[www.musterseite.de](http://www.musterseite.de)**

### Kennzeichnung von E-Mail-Adressen

E-Mail-Adressen werden in der Formatierung **Bold** gesetzt.  
Beispiel: **[max.mustermann@web.de](mailto:max.mustermann@web.de)**

### Schreibweisen von Datum, Uhrzeit und Telefonnummern

Um eine einheitliche Schreibweise in den einzelnen Dokumenten der RadKULTUR zu garantieren, werden Datum und Uhrzeit wie folgt geschrieben:

**Datum:** TT.MM.JJ – ist im Layout ausreichend Platz vorhanden, kann die Jahreszahl auch ausgeschrieben werden

**Uhrzeit:** 00:00 Uhr

**Telefonnummer:** 06251 8253 oder mit Durchwahl 06251 8253-299 (DIN-Norm)

Auf Plakaten oder Titelseiten werden Datum und Uhrzeiten zusätzlich groß / präsent in **Bold** gesetzt.

### Formatierung von Bildnachweisen

Bildnachweise werden in der bwegt Text Regular in einer Schriftgröße von 5 pt in einem 50%igen Schwarz gesetzt (siehe Beispiel rechts).

Der Bildnachweis wird um 90° nach links gekippt und steht neben, in oder unter dem Bild auf derselben Seite. Auf doppelseitigen Formaten kann er auch auf der angrenzenden Seite neben dem Bild stehen.



### Vorlage eines DIN-lang-Flyers

Zur Orientierung und einfacheren Handhabung kann eine zur Verfügung stehende InDesign-Vorlage eines DIN-lang-Flyers angefordert werden.

## Zitate

Werden Zitate eingesetzt, stehen diese in Kombination mit einem blauen Anführungszeichen am Anfang des Textes. Es hat eine Transparenz von 20 % und kann je nach Optik an einer etwas anderen Position stehen.

Das Zitat wird komplett in Blau gesetzt. Die verwendeten Schriften sind im Beispiel verzeichnet. Ein Zitat wird immer **zentriert** gesetzt.

Der/Die **Autor:in** des Zitates wird mit einem „/“ vor dem Namen gesetzt.

Am Anfang des Zitates steht als zusätzliches Gestaltungselement ein **Anführungszeichen**, das im Icon-Set der RadKULTUR enthalten ist (dieses kann beim Auftraggeber angefragt werden).

„Hier steht ein sehr interessantes  
Zitat, das über zwei oder  
sogar drei Zeilen gehen kann.

/ Max Mustermann, Position der Person

bwegt Display Light Italic

bwegt Display Light Italic

bwegt Text Bold

## Fließtext – Satz, Schriftgrößen und Zeilenabstände

Fließtexte stehen in der RadKULTUR immer im **linksbündigen Flattersatz** und werden optisch ausgeglichen.

Für 6 Standardschriftgrößen in typischen Printmedien sind Zeilenabstände definiert. Die Zeilenabstände von weiteren Schriftgrößen sollten sich optisch an den vorgegebenen Werten orientieren. **Für typische Print-Produkte wie Flyer, Broschüren oder Formulare wird im Fließtext die Schriftgröße 10 pt verwendet.**

Informationen zum Verhältnis der Headlines untereinander im Gestaltungselement „Balkenelemente“ sind unter 3.6 aufgeführt.

Schriftgröße	Zeilenabstand (ZAB)
8 pt	11 pt
9 pt	12 pt
10 pt	13 pt
12 pt	15 pt
14 pt	17 pt
17 pt	20 pt

### Textbeispiel bei 8 pt Schriftgröße und 11 pt Zeilenabstand:

Estis remo omnis untur, solore vendia et quaerum dolore vid ma corendi aepudam quam, ipsae ad utae dolorpo riorum veliquaes es et vendiciatur sequi digenti busant.

Ferovid molupta ssitis ipicimp erovit aut es ellest, sit, quam eaquia cuptibus dis a consequae pre excestis

## Tabellen mit und ohne Kopfzeile

Der grundsätzliche Aufbau der Tabellen erfolgt durch Linien und Balken. Tabellen können in jeder RadKULTUR-Farbe umgesetzt werden.

Kopfzeilen werden in einer der Hauptfarben der RadKULTUR eingefärbt. Die entsprechenden Titel stehen hier in Weiß auf dem farbigen Hintergrund. Eingesetzt wird die *bwegt Display Bold Italic* in 10 pt mit 11 pt Zeilenabstand.

Bis auf die Zeilentitel stehen die **Inhalte** ansonsten einheitlich in schwarzer Schrift. Verwendet wird die **Schriftart bewegt Text** in Regular und Bold. Der Tabelleninhalt bekommt in der Regel zu allen Zellwänden **2 mm** Luft, um zu beengte Zellen zu vermeiden.

Es wird die Fließtext-Schriftgröße von 9 pt und 12 pt Zeilenabstand (ZAB) verwendet. Für große Tabellen mit viel Inhalt kann die Schriftgröße auch auf 8 pt und 9 pt ZAB reduziert werden.

<i>Spaltentitel in bewegt Display Bold Italic – 10 pt, 11 pt ZAB</i>	<i>Spaltentitel</i>	<i>Spaltentitel</i>
Thema in bewegt Text Bold	Thema	Thema
Hier stehen die Informationen der einzelnen Zelle der Tabelle in der Schrift bewegt Text Regular.  Schriftgröße: 8 pt Zeilenabstand: 9 pt	<b>Beispiel mit Unterheadlines</b> Informationen, die gegliedert sind, werden mit Headlines in Bold unterteilt.  <b>Unterheadline 2</b> weitere Informationen	<b>Beispiel mit Aufzählungen</b> • Information 1 • Information 2

	<i>Spaltentitel</i>	<i>Spaltentitel</i>
<b>Zeilentitel können in Blau stehen</b>	Information der Tabellenzelle	Information der Tabellenzelle
<b>Zeilentitel können in Magenta stehen</b>	Information der Tabellenzelle	Information der Tabellenzelle
<b>Zeilentitel können in schlichten Anwendungen auch in Schwarz stehen</b>	Information der Tabellenzelle	Information der Tabellenzelle

<b>Zeilentitel in Bold und Blau</b>	Informationen der Tabellenzelle	
<b>Zeilentitel</b>	Informationen der Tabellenzelle	
<b>Zeilentitel</b>	Informationen der Tabellenzelle	

## 3.6 Störer und Infokästen

Zur Hervorhebung von Informationen können ein Störer oder unterschiedliche Arten von Infokästen zum Einsatz kommen.

**Titel**  
Hier steht die  
Information  
des Störers.

### Störer

Ein Störer wird in der RadKULTUR nur auf eine Weise eingesetzt:

- kreisförmig
- blaue Hintergrundfläche mit zentrierter, weißer Schrift in der bewegt Text Bold und Regular
- mit einer **Neigung von 6° nach links**
- die Größe des Störers und der Schrift wird auf das restliche Layout angepasst



## Infokästen

Die folgenden Beispiele zeigen die Möglichkeiten zum Einsatz von Infoboxen, um Informationen in unterschiedlichen Stärken hervorzuheben. Sie können vom linken oder rechten Rand in die Seite laufen und dafür vertikal gespiegelt werden, jedoch nicht horizontal.

**Als Form für die abgerundeten Infokästen dient der blaue Balken der Subline** (siehe Vorlage der Balkenelemente für Headlines in Balken).

Werden mehrere Infokästen in unterschiedlichen Farben benötigt, so kommt Variante 4 zum Einsatz. Hier können abgesehen von Magenta alle Farben der RadKULTUR verwendet werden.

Die Farb-Hierarchien sind im Kapitel 2 „Farben“ zu finden.

**Schrift und Hintergrund (wie auch ein Icon) haben immer die selbe Farbe.**

### Hier steht eine Headline

Dee natus doluptae la autet dolore, tem ipiet laturibusam et et quae quamre pa denimin velliqu odignienda nes et occabo. Um quid enimusdae nonempor arum fugit mi, omnia nonet aturendae sunt, sus dolorer iorerum et postiam, net iuscipsum nusdae. Ut quia di to dolorei usaped undistrum quid et volorrovit et, odiae valor as simpe volupta temolorrum, ent explaccus et aturendae sunt, et occabo volorrovit est.



#### Infokasten 1 – Fläche 20%:

Headline bwegt Text Bold  
Fließtext bwegt Text Regular

Verwendet wird hier **nur die Farbe Blau** – Text (100 %), Hintergrund (20 % Deckkraft)

Optional kann zusätzlich ein Icon in Blau gesetzt werden.

### Hier steht eine Headline

Dee natus doluptae la autet dolore, tem ipiet laturibusam et et quae quamre pa denimin velliqu odignienda nes et occabo. Um quid enimusdae nonempor arum fugit mi, omnia nonet aturendae sunt, sus dolorer iorerum et postiam, net iuscipsum nusdae. Ut quia di to dolorei usaped undistrum quid et volorrovit et, odiae valor as simpe volupta temolorrum, ent explaccus et aturendae sunt, et occabo volorrovit est.

#### Infokasten 2 – Outline:

Headline bwegt Text Bold  
Fließtext bwegt Text Regular

Farbe Schrift: Schwarz

Farbe Rahmen: **Blau oder Magenta**  
**1 pt Strichstärke**

### Hier steht eine Headline

Dee natus doluptae la autet dolore, tem ipiet laturibusam et et quae quamre pa denimin velliqu odignienda nes et occabo. Um quid enimusdae nonempor arum fugit mi, omnia nonet aturendae sunt.

#### Infokasten 3 – Fläche 100%:

Headline bwegt Text Bold  
Fließtext bwegt Text Regular

Farbe Schrift: Weiß

Farbe Hintergrund: **Blau**

### Hier steht eine Headline

Dee natus doluptae la autet dolore, tem ipiet laturibusam et et quae quamre pa denimin velliqu odignienda nes et occabo. Um quid enimusdae nonempor arum fugit mi, omnia nonet aturendae sunt, sus dolorer iorerum et postiam, net iuscipsum nusdae. Ut quia di to dolorei usaped undistrum quid et volorrovit et, odiae valor as simpe volupta temolorrum, ent explaccus et aturendae sunt, et occabo volorrovit est.

#### Infokasten 4 – ohne Rundung:

Headline bwegt Text Bold  
Fließtext bwegt Text Regular

Diese Form kommt (in allen zuvor aufgezeigten Varianten) nur dann zum Einsatz, wenn die Textmenge für die abgerundete Box zu viel ist oder es im Layout schwierig einzusetzen ist.

### 3.7 Alternativschriften

Für Anwender:innen ohne Lizenz der bwegt-Schriften kommen die Alternativschriften **Marselis Pro** und **Typewalk 1965** zum Einsatz (Lizenzen sind in gängigen Font-Shops erhältlich). Sie ersetzen die bwegt-Schriften wie folgt:

#### **Marselis Pro Bold Italic**

Sie ersetzt den Schriftschnitt **bwegt Display Bold Italic** und wird somit für **Headlines und Sublines** verwendet.

***Ee***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890***

#### **Marselis Pro Italic**

Zum Einsatz kommt sie anstelle der **bwegt Display Light Italic** und findet ihren Einsatz bei **Zitaten sowie Gruß- und Vorworten**.

***Ee***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890***



### Typewalk 1965 Regular

Sie ersetzt den Schriftschnitt **bwegt Text Regular** und kommt somit im **Fließtext** zum Einsatz.

Ee

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### Typewalk 1965 Bold

Wird anstelle der **bwegt Text Bold** genutzt und wird für **Hervorhebungen, Datum, Uhrzeit, Mail- und Webadressen** verwendet.

Ee

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

## 3.8 Systemübergreifende Schrift

Ee

### Korrespondenzvorlagen

Um Schriftprobleme bei Korrespondenzvorlagen zu vermeiden, wurde bewusst eine **Standard-Windows-Schrift** gewählt, da eine spezielle Schrift unter Umständen auf anderen Rechnern nicht installiert ist.

Die **Calibri** ist eine systemübergreifende Schrift und frei zugänglich. Zur Strukturierung von Texten können die unterschiedlichen Schriftschnitte **Regular, Bold und Bold Italic** eingesetzt werden. Calibri wird zum Beispiel auf Dokumenten, wie Geschäftsbriefen und sonstigen Word-Dokumenten sowie in Power-Point-Präsentationen verwendet. Für eine solche Präsentation verwenden Sie bitte die zur Verfügung stehende Vorlage.

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

- Calibri Regular

# 4. Gestaltungselemente

## 4.1 Der Flow

Radfahren ist ...

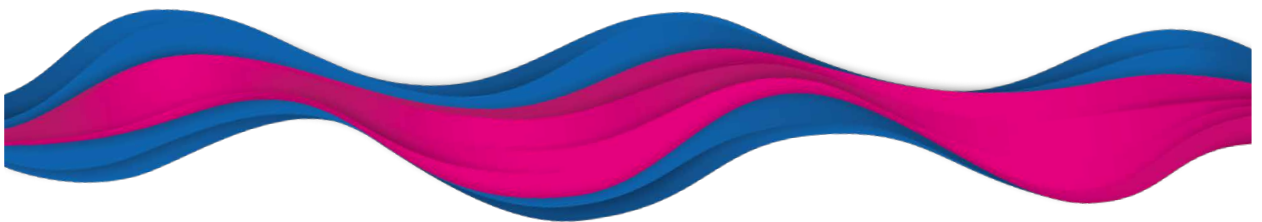
- > rund und dynamisch
- > vielschichtig und fließend
- > Landschaft wahrnehmen
- > modern
- > Lifestyle
- > im **Flow** sein

Das Gestaltungselement „Flow“ (seit 2021 im Einsatz) greift die Eigenschaften des Radfahrens auf und übersetzt sie in eine visuelle Sprache.

Der Flow kommt in allen Motiven unterschiedlichster Medien als Trenner zwischen Informations- und Bildbereich oder in Kombination mit dem Logo zum Einsatz. Er sorgt für eine starke optische Verbindung über alle Medien hinweg und einen hohen Wiedererkennungswert.

Die beiden Hauptfarben Magenta und Blau dominieren. Durch verschiedene Nuancen der beiden Farben und Schattierungen erhält der Flow eine Dynamik. Er wirkt rund und schwungvoll und symbolisiert das Bewegungsmuster und das Gefühl des Radfahrens an sich.

Variante 1



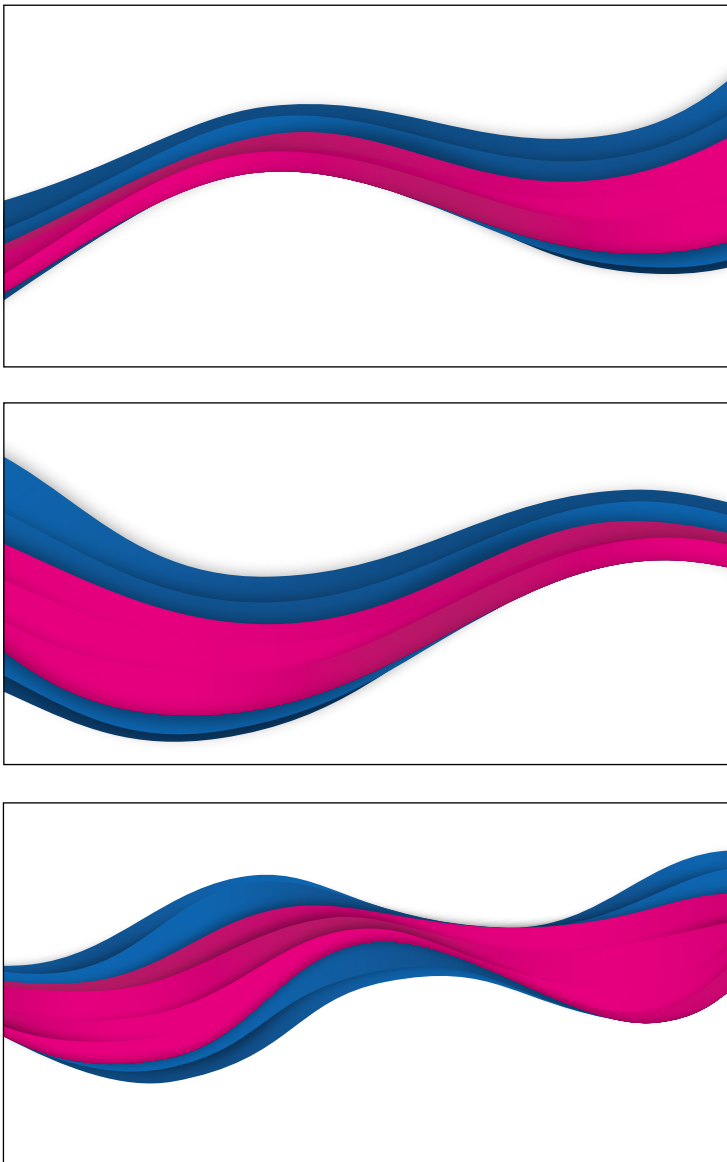
Variante 2



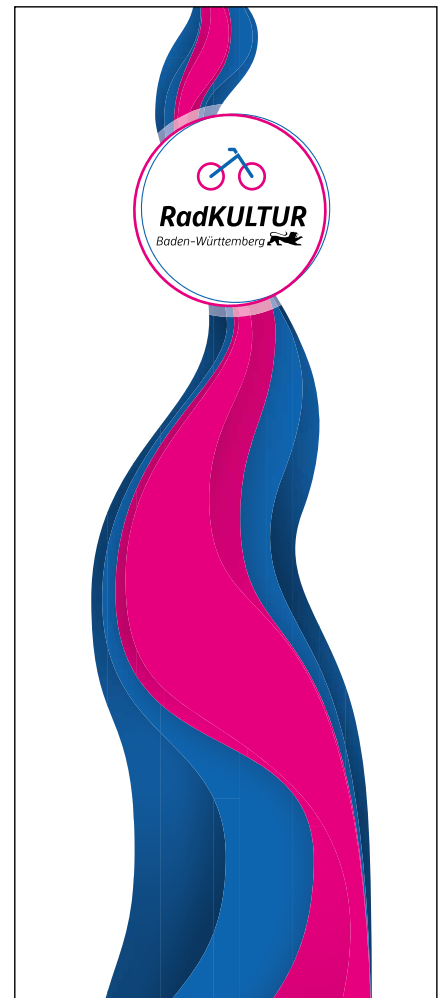
### Dynamisch und flexibel

Das Gestaltungselement gewährleistet eine große Flexibilität in der Anwendung und individuelle Anpassungsmöglichkeiten je Medium und Inhalt. Es stehen mehrere Varianten des Flows zur Verfügung und der jeweilige Ausschnitt kann so gewählt werden, dass er optimal zum Medium, Format und Bildmotiv abgestimmt werden kann.

Querformat



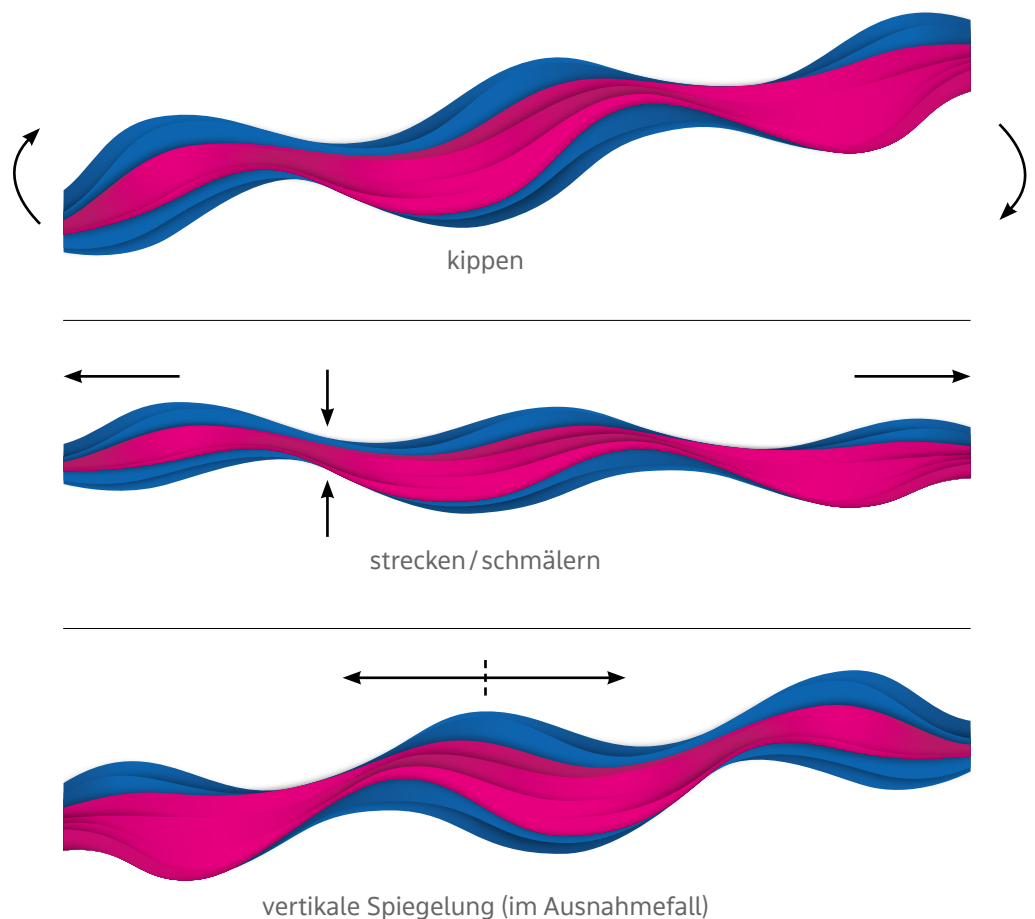
Hochformat mit Logo



Hochformat des Flows wird nur in Sonderfällen verwendet und kann über den Kontakt angefragt werden (siehe Titelseite).

## Der Flow – Umgang

Für die höchste Flexibilität darf der Flow in beide Richtungen gekippt werden. Er darf außerdem bis zu einem gewissen Maß gestreckt werden, um flachere Wellen zu erhalten. Sollte mit diesen Möglichkeiten keine optimale Platzierung möglich sein, darf der Flow in Ausnahmefällen auch horizontal gespiegelt werden (jedoch niemals vertikal!).

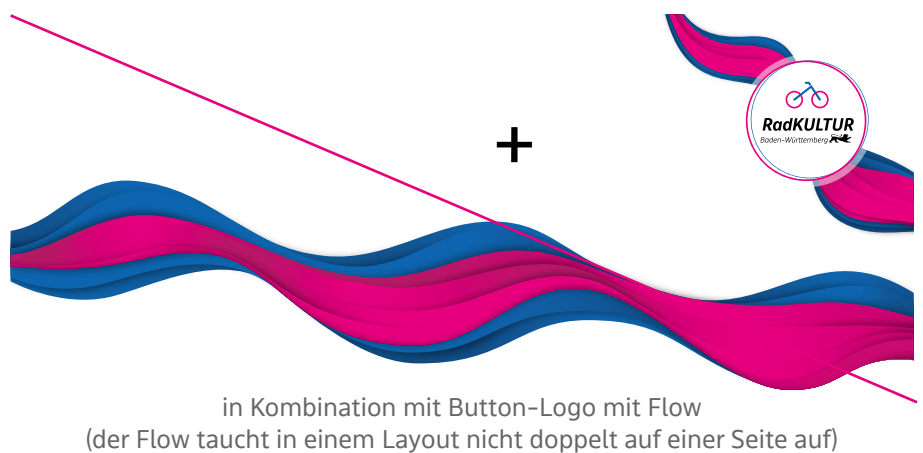
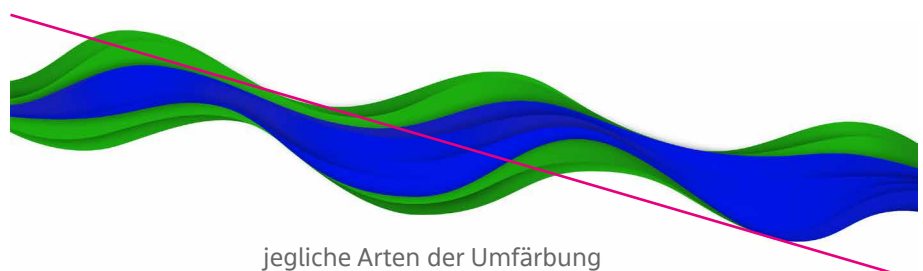
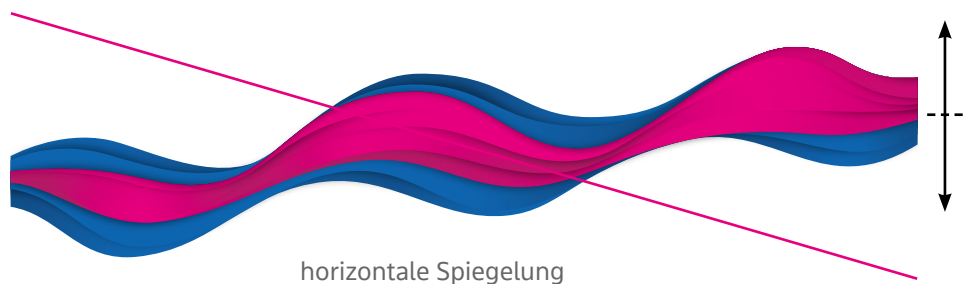


## Der Flow – Negativbeispiele

### Wie darf der Flow nicht verwendet werden

Das flexible Gestaltungselement bietet sehr viel Spielraum, darf jedoch nicht in jeder Weise verändert werden. So ist das Umfärben in jeder Art nicht zulässig. Um den Effekt der räumlichen Tiefe des Flows zu wahren, darf er nicht an der horizontalen Achse gespiegelt werden.

Zusätzlich kommt der Flow pro Layout/Seite nur einmal zum Einsatz. Er ist nie gedoppelt zu sehen.



## 4.2 Die Icons

Die RadKULTUR verfügt über einen großen Pool an individuell angelegten Icons zu unterschiedlichsten Themenbereichen. Es werden die beiden Anwendungsbereiche „Baukastenmodule“ und „weitere Icons“ unterschieden. Alle Icons dürfen in beiden Farbvarianten (Magenta und Blau) sowie invers verwendet werden.

### Module

Für die einzelnen Module stehen individuelle Icons zur Verfügung. Sie können in diesem Zusammenhang in den Medien zum Einsatz kommen, werden jedoch ausschließlich in Verbindung mit dem entsprechenden Modul eingesetzt.

Folgende Icons haben eine feste Zuordnung und sind für andere Einsatzzwecke ausgeschlossen (Modul-Icons):



### Weitere Icons

Für verschiedene Themenbereiche wie Gesundheit, Umwelt, Verkehr oder Strategie wurden zahlreiche weitere Icons erstellt, die nach Bedarf frei verwendet werden dürfen.

Die Größe der Icons definiert sich in den meisten Fällen über die optische Einschätzung. Das Gesamtbild zwischen Texten und Icons sollte ausgewogen sein und nicht mit Icons überladen werden. Der Betrachtende soll sich von den Icons nicht erschlagen fühlen.

Der einzige fest definierte Fall sind Icons auf einer Standard DIN-A4-Seite (z. B. One-Pager, Checklisten oder Formulare). Hier werden die Icons immer mit einem Durchmesser (Kreis) von 12 mm gesetzt, um ein einheitliches Bild für A4-Dokumente zu schaffen.

### Weitere Icons

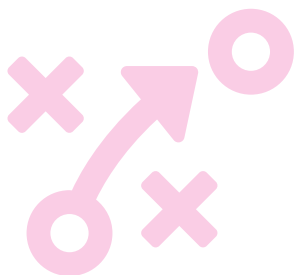
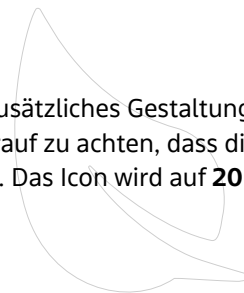
Nachfolgend ist eine kleine Auswahl verschiedener RadKULTUR-Icons dargestellt. Die gesamte Icon-Palette umfasst zahlreiche Icons, die in Magenta und in Blau zur Verfügung stehen. Sie liegen jeweils in zwei unterschiedlichen Ausführungen vor – positiv oder negativ auf runder Farbfläche.

Der Pool der zur Verfügung stehenden RadKULTUR-Icons erweitert sich jährlich.



### Icons als Outlines im Hintergrund

Die Icons dürfen außerdem als Outlines als zusätzliches Gestaltungselement im Hintergrund verwendet werden. Dabei ist darauf zu achten, dass die Linienstärke **0,25 Pt** beträgt und Schwarz gewählt wird. Das Icon wird auf **20 % Deckkraft** gesetzt.



### Icons flächig im Hintergrund

Als Schmuckelement kann ein Icon ebenfalls in der Farbe Magenta vollflächig eingesetzt werden. Wie auch das Icon in Outlines wird das flächig gesetzte Icon auf **20 % Deckkraft** gesetzt.

## 4.3 Das Laufrad

### Das Laufrad als Icon

Das Fahrrad aus dem RadKULTUR-Logo kann herausgelöst als eigenständiges Icon und Schmuckelement verwendet werden. Hierfür gibt es unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten:

- als alleinstehendes Schmuckelement in den original RadKULTUR-Farben
- als Outline-Icon (siehe Bestimmungen Icons als Outlines)
- in Ausnahmefällen flächig Weiß auf Farbfächen

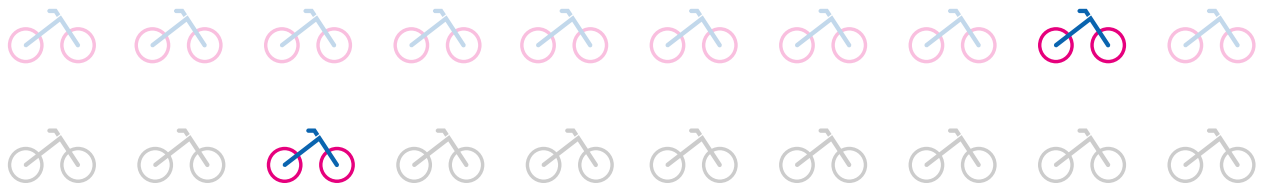


### Die Laufrad-Leiste

Das Fahrrad als Einzelelement kann auch aneinandergereiht werden. Die dabei entstehende Banderole eignet sich optimal als dezentes Schmuckelement über die gesamte Breite eines Formates.

Sie kann beispielsweise am unteren Rand eines Mediums (z. B. Flyer-Innenseite) oder als Trenner zwischen zwei Themen eingesetzt werden.

Die Banderole darf in Hellgrau (20 % Schwarz) oder in Original-Farbe (20 % Transparenz) gesetzt werden. Ein einzelnes Fahrrad ist immer in Originalfarbe eingefärbt (siehe Beispiel).





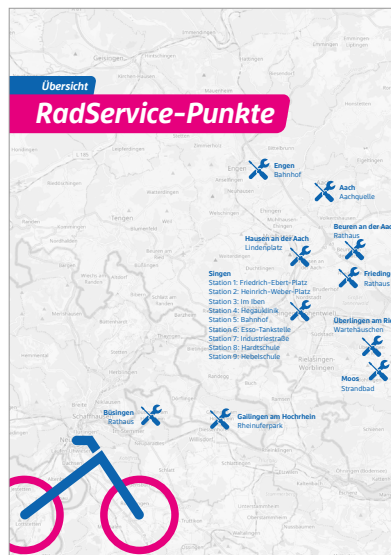


### Fahrrad-Pattern

Das stilisierte Fahrrad als Pattern dient als Hintergrund für Text oder auch für Illustrationen. Anwendungen hierfür sind beispielsweise Roll-ups, Messewände, aber auch Innenseiten von Broschüren (siehe Punkt 9 Anwendungsbeispiele).

Das Pattern wird im Normalfall in 20 % Schwarz verwendet. Nur in Ausnahmefällen, wenn das Pattern das Hauptgestaltungselement darstellt, wie zum Beispiel bei der Baumwolltasche (siehe Anwendungsbeispiele Werbemittel), darf es auch komplett in Originalfarben (Magenta und Blau) eingesetzt werden.

### Anwendungsbeispiele:

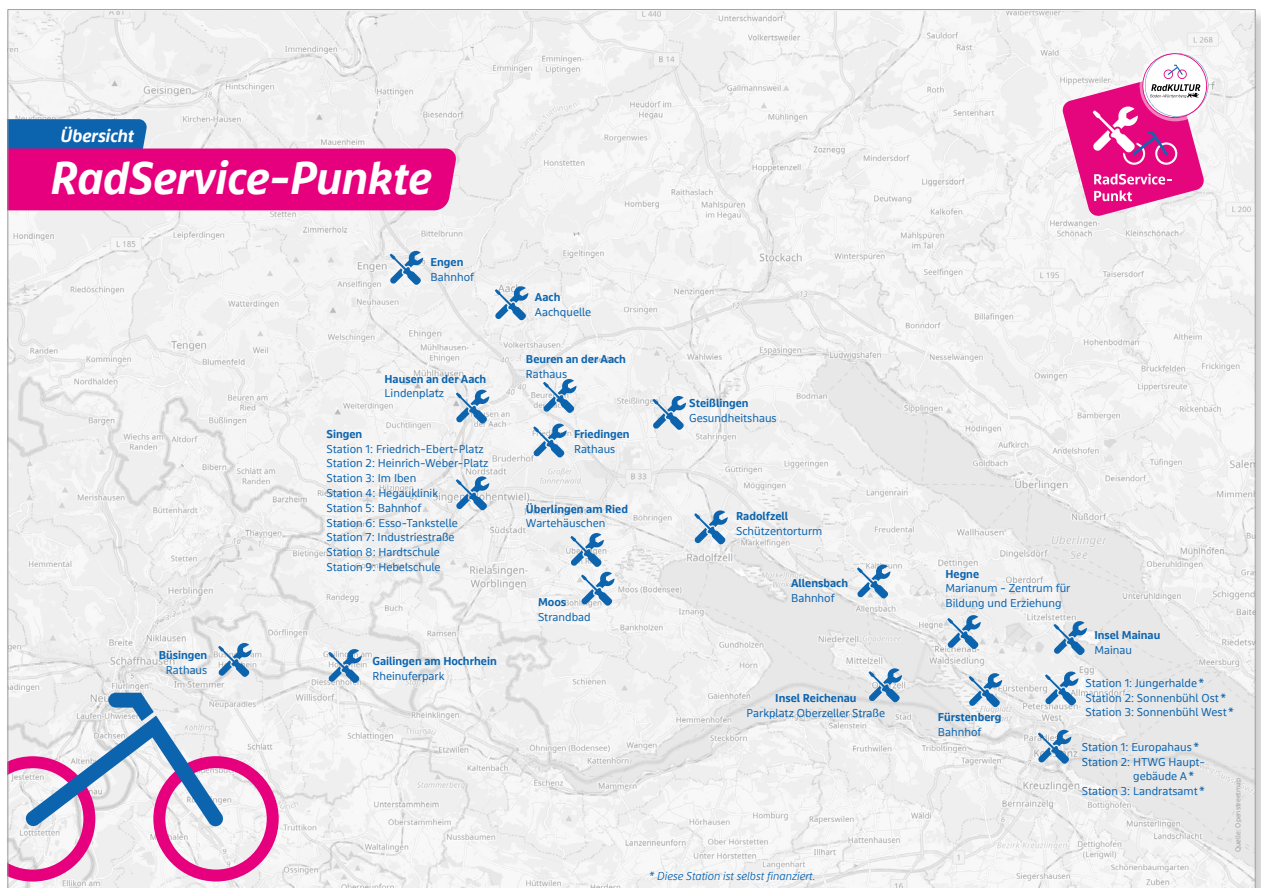


## 4.4 Karten

### Detailliert

Für eine detaillierte Ansicht einer Karte dienen die Karten von **Openstreetmap** (<http://www.openstreetmap.org/>). Hierfür auf der Plattform den entsprechenden Kartenausschnitt wählen und im rechten Menü auf „Teilen“ gehen und das Download-Format wählen. Im nächsten Schritt muss die Karte in Schwarz-Weiß umgewandelt werden. Eine Quellenangabe muss hinzugefügt werden.

Müssen weitere Informationen auf der Karte dargestellt werden (siehe Beispiel), wird die Transparenz auf 40 % gestellt.



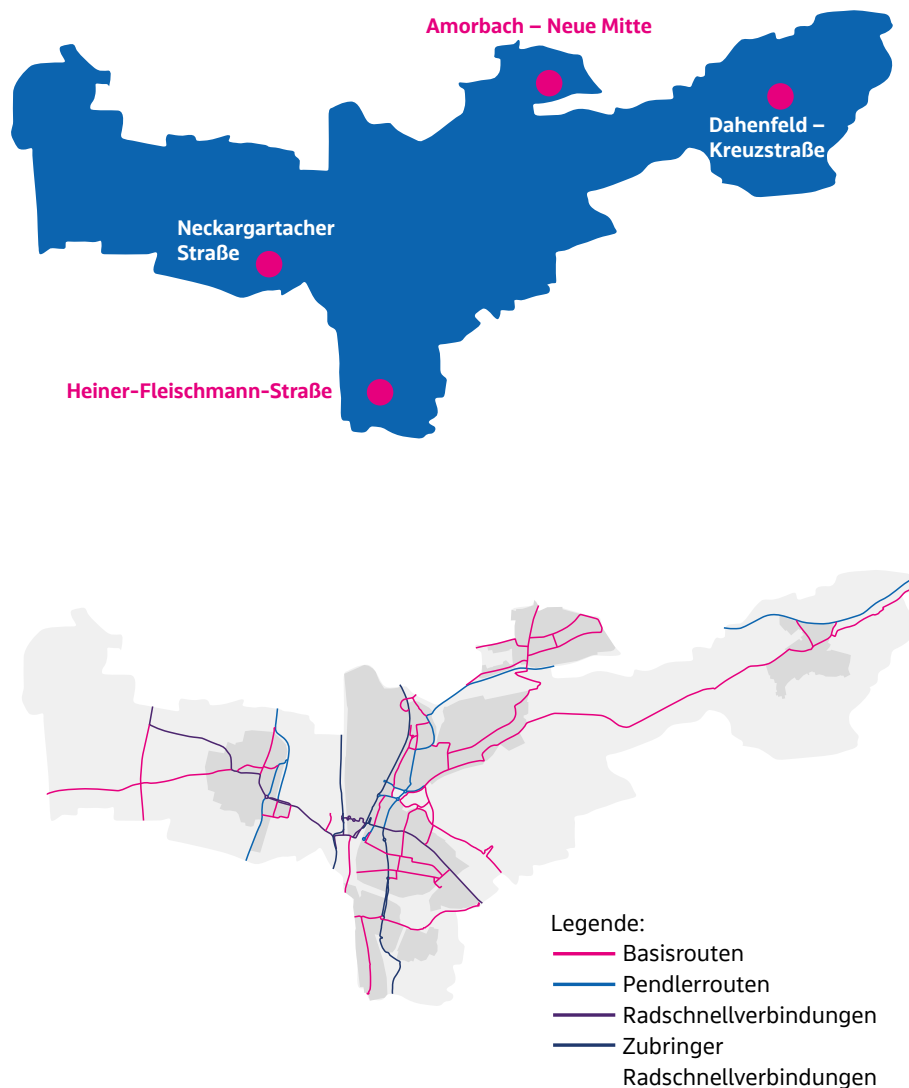
Beispiel: Innenseite Flyer RadService-Punkte

### Abstrahiert

Für abstrakte Darstellungen kommen Farbflächen sowie grobe Umrisslinien zum Einsatz. Die Karte kann auf weißem oder farbigem Hintergrund stehen. Das ist abhängig vom Gesamtzusammenhang und Einsatzgebiet der Grafik.

Für Streckenmarkierungen innerhalb einer Karte werden die Primär- sowie Sekundärfarben der RadKULTUR eingesetzt.

Diese Art der Darstellung kann im Print- wie auch im Online-Bereich wie beispielsweise auf Shareables eingesetzt werden.



Beispiel: Seiten aus einem RadGeber einer Kommune

# 5. RadKULTUR-Module

## 5.1 Die Module

Für die RadKULTUR-Module stehen exklusive Icons sowie eigene Imagebilder zur Verfügung. Die entsprechenden Icons und Fotomotive sind ausschließlich der Kommunikation des jeweiligen Moduls vorbehalten und dürfen nicht in anderem Kontext eingesetzt werden. Auch die Schreibweisen der Module sind festgelegt.



RadCheck



RadStar



STADTRADELN



PedelecTestflotte



RadKULTUR-Tag



RadSchnitzeljagd





RadBingo



RadService-Punkt



RadInfo



RadGeber



LastenradVerleih

# 6. Bilder

## 6.1 Bildkonzept

Der Anspruch an die Bildwelt ist, mit ungewöhnlichen Aufnahmen, Spiegelungen und Perspektiven, die Betrachter:innen in ihren Bann zu ziehen.



## 6.2 Übersicht Bildwelt

### Imagemotive für Zielgruppen

Diese Bilder werden entweder zusammen mit der jeweiligen Überschrift „Radfahren ist ...“ verwendet (z. B. auf der Website) oder ohne Text, dann z. B. als Titelbild für Printmedien. Im letzteren Fall fungieren die Bilder nicht als Motiv für eine bestimmte Zielgruppe, sondern als allgemeines Imagebild.



Radfahren ist Stadtpark



Radfahren ist Wochenmarkt



Radfahren ist Frühtau



Radfahren ist Gemeinschaft



Hauptmotiv RadKULTUR  
Kommt zum Einsatz, wenn  
die Initiative RadKULTUR  
ohne festen Themenbezug  
oder feste Zielgruppe  
präsentiert wird.



### Titelmotive RadKULTUR-Module

Die Motive der RadKULTUR-Module kommen auf der Website, Plakaten oder Flyern für die Module zum Einsatz.

Die genaue Zuordnung der Bilder zu den einzelnen Modulen finden Sie im Abschnitt **4. RadKULTUR-Module**



Fotowettbewerb RadStar



RadSchnitzeljagd



RadCheck

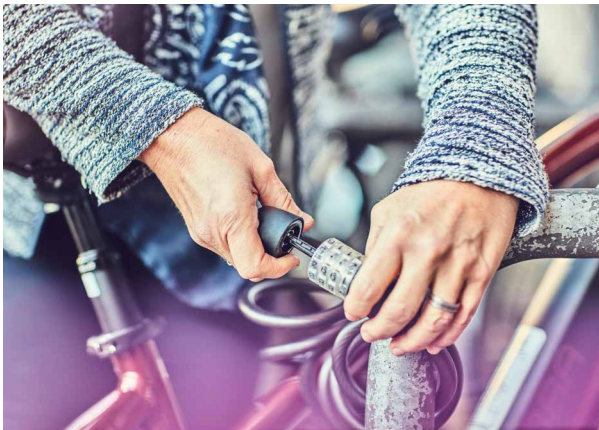


RadKULTUR-Tag



### Allgemeine Fahrradbilder

Die Bilder eignen sich für die Verwendung in Fällen, bei denen (noch) kein geeignetes Motiv vorliegt oder deren Zusammenhang zu allgemein ist. Auch als „unverfängliches“ Gestaltungselement auf der Website oder in Printmedien und somit als zusätzliche „Stütze“ der Gesamt-Visualität können diese Bilder eingesetzt werden.



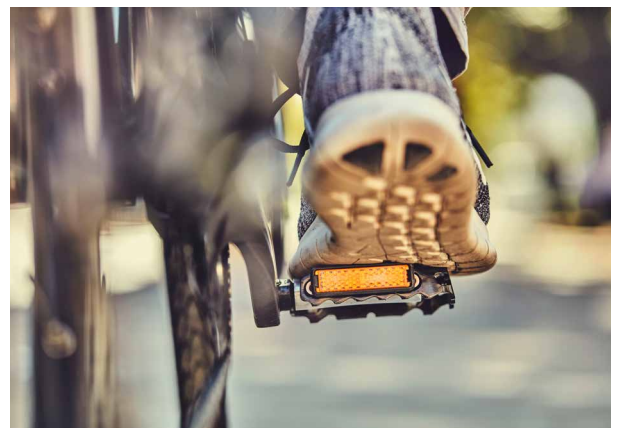
Fahrradschloss



Fahrradampel



Lastenrad



Pedal

### Allgemeiner Bilderpool

Ein allgemeiner Bilderpool (Beispielbilder siehe unten) kann für jegliche Kommunikation, egal ob Print oder digital, verwendet werden.





### Kommunen-Motive

Die geförderten Kommunen erhalten im Rahmen des Basispakets Visualität drei Fotomotive (beim großen Förderpaket) oder ein Fotomotiv (beim kleinen Förderpaket) für die freie Verwendung innerhalb ihrer eigenen Fahrradkommunikation, auch über den Förderzeitraum hinaus.

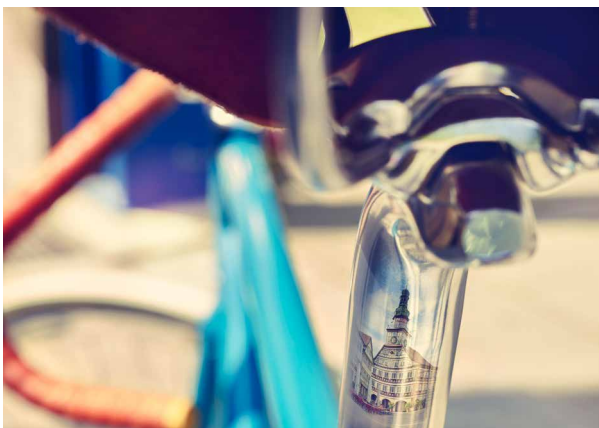
Die Motive werden individuell erstellt, dabei wird ein kommunales Highlight in einem Fahrraddetailbild gespiegelt.



Kirchheim unter Teck, Burg Teck



Kirchheim unter Teck, Kornhaus



Kirchheim unter Teck, Rathaus



Singen, Burg

## 6.3 Bildquellen

Die folgenden Angaben gelten für alle Bilder, die in diesem Manual aufgeführt sind und ab dem 01.01.2016 von Heiko Simayer erstellt worden sind.

Bei den Bildern von Heiko Simayer handelt es sich um hochqualitative Motive. Diese Bilder haben einen werblichen Charakter. Alle Imagebilder, Modulbilder, Kommunen-Motive, Fahrrad-Detailbilder und Spiegelungen in diesem Look wurden von Heiko Simayer aufgenommen. Zum Einsatz in redaktionellen Produkten wurden 2018 und 2021 mehrere Shootings mit Heiko Simayer umgesetzt, die den allgemeinen Bilderpool um modernere Motive und Bildmaterial zum Schwerpunkt Radpendeln erweitern. Für Bildmaterial vor 2018 ist der/die Fotograf:in anzufragen.

Fotograf:  
Heiko Simayer

Lizenzangaben:

© Initiative RadKULTUR, Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg, Heiko Simayer

Diese Lizenzangaben müssen nicht im direkten Umfeld jedes einzelnen Bildes platziert werden. Es reicht eine allgemeine Nennung im Impressum.

### **Bilder aus der Fotodokumentation**

Einige RadKULTUR-Veranstaltungen werden von professionellen Fotograf:innen begleitet und ergänzen den Bilderpool der RadKULTUR. Auch diese Bildmotive müssen beim Einsatz mit einer Lizenzangabe gekennzeichnet werden.

Lizenzangaben:

© Initiative RadKULTUR, Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg,  
VORNAME NACHNAME Fotograf:in

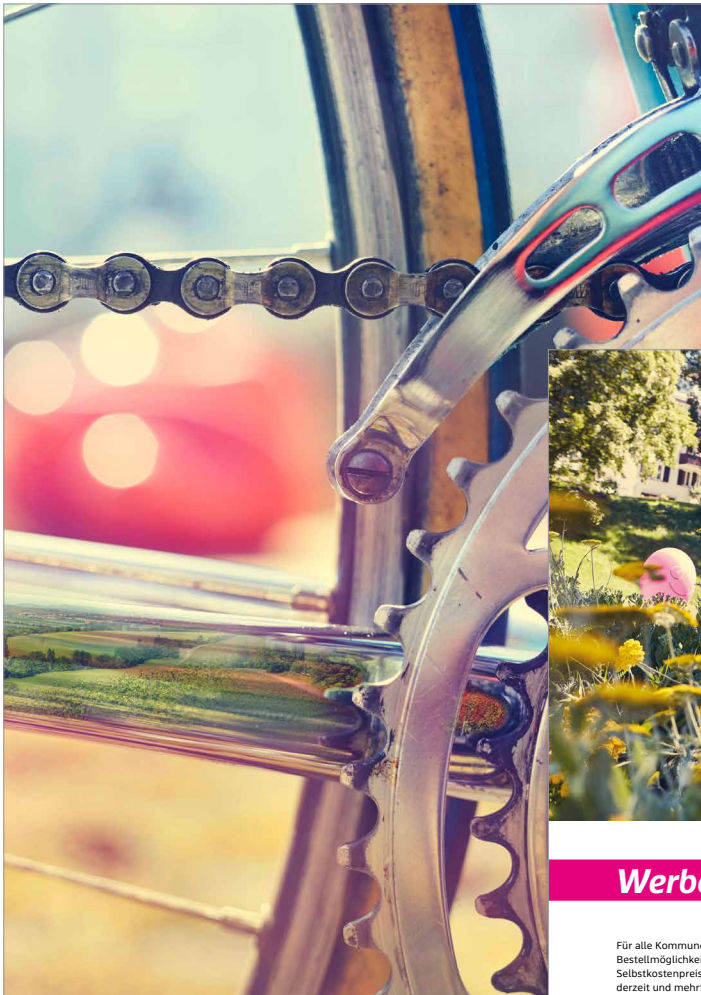
Eine Auswahl der Bilder finden Sie unter:  
**[www.radkultur-bw.de/presse#pressebilder](http://www.radkultur-bw.de/presse#pressebilder)**

## 6.4 Bildeinsatz

Zur Platzierung der Bilder gibt es verschiedene Möglichkeiten, um größtmöglichen Gestaltungsspielraum innerhalb der Visualität zu haben.

### Möglichkeit 1a

Vollflächig über die gesamte Seite oder über den Großteil der Seite. In jedem Fall sind sie randabfallend zu allen Seiten.



### Werbemittel

Für alle Kommunen in Baden-Württemberg besteht die Bestellmöglichkeit von RadKULTUR-Werbemitteln zum Selbstkostenpreis. Die Bestellungen können online jederzeit und mehrfach erfolgen. Den Artikelkatalog sowie das Bestellformular finden Sie unter [radkultur-bw.de/werbemittel](http://radkultur-bw.de/werbemittel).



#### Jetzt neu!

Einzelne Produkte aus dem Werbemittel-Sortiment können mit Ihrem Logo individualisiert werden.



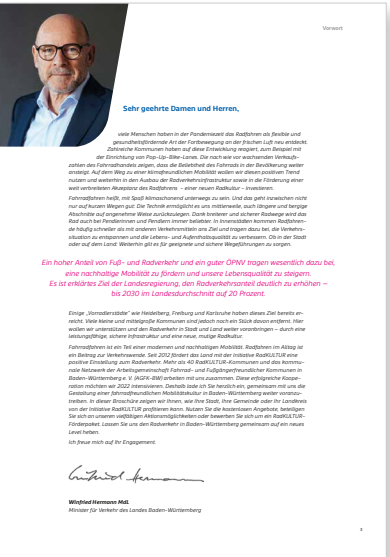
Möglichkeit 1b  
Im Satzspiegel und randabfallend in den Falz der Doppelseite



Möglichkeit 1c  
Randabfallend auf der linken oder rechten Seite

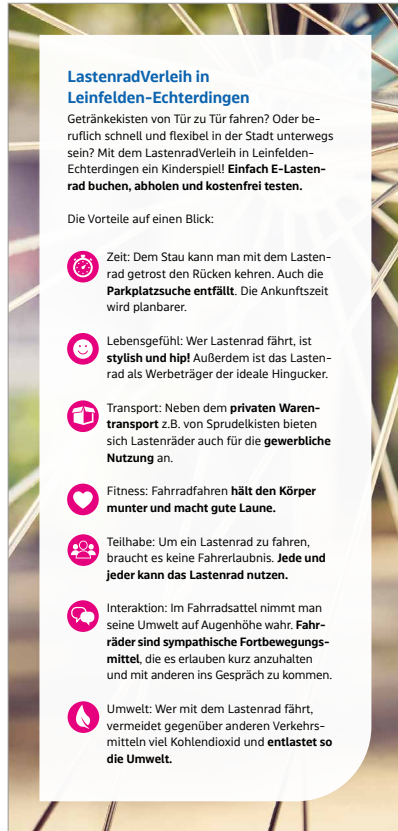


Möglichkeit 2  
Zusätzlich können Bilder kleiner im Kreis wie eine Art Störer mit auf der Seite platziert werden



Möglichkeit 3  
Angeschnittenes Balkenelement als Bildrahmen – nur bei Großworten oder auf Titelseiten





#### Möglichkeit 4

Bild vollflächig im Hintergrund, transparente Fläche mit abgerundeter Ecke im Vordergrund



#### Möglichkeit 5

Flow als Trennung zum Bild  
(nur auf Titelseiten und Plakaten)

# 7. Digitale Anwendungen

## 7.1 Web-Auftritt

Für einen einheitlichen Look und eine gute Wiedererkennbarkeit werden Seiten und Unterseiten, die im Zusammenhang mit der RadKULTUR stehen, einheitlich aufgebaut. **Als Orientierung dient die aktuelle Website der RadKULTUR [www.radkultur-bw.de](http://www.radkultur-bw.de)**

**Die Hintergrundfläche ist weiß.** Nur in seltenen Fällen wie zum Beispiel für besondere Auszeichnungen oder zur Abgrenzung von Interaktionsebenen untereinander kann auch Blau als Hintergrundfarbe eingesetzt werden.

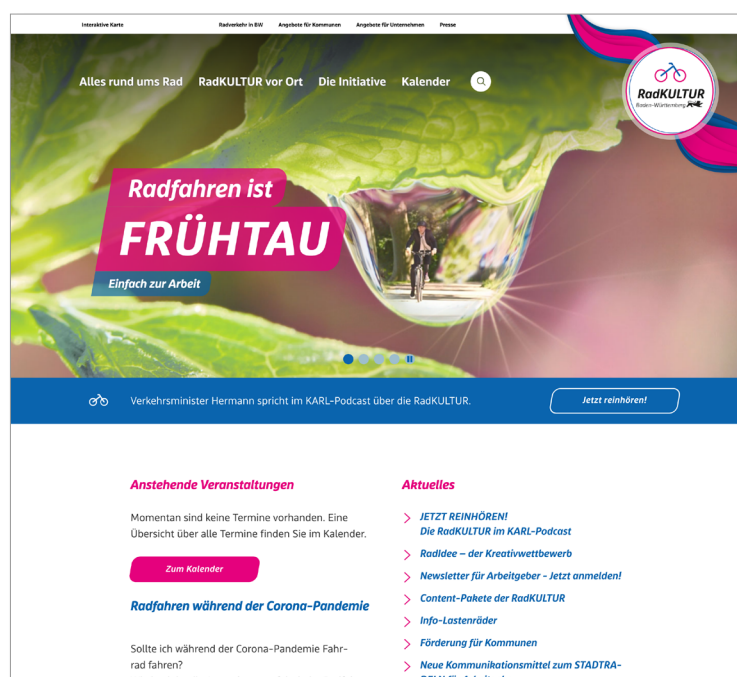
Inhalte auf dem digitalen Produkt sollten gut geordnet sein und deutlich durch Überschriften voneinander abgetrennt sein.

**Interagierbare Elemente wie Buttons, Listen oder Links** müssen deutlich gekennzeichnet werden, um ein intuitives Nutzerverhalten zu gewährleisten. Diese sind im weiteren Verlauf des Kapitels genauer definiert und in Beispielen ersichtlich.

Verwendet werden die allgemeinen Schriften (**bwegt Text und bewegt Display**) und die Primärfarben (**Magenta und Blau**) der RadKULTUR.

- Wie in den Printanwendungen wird für Headlines die **bwegt Display Bold Italic** in Blau oder Magenta verwendet. Außerdem findet sie bei Buttons und (wenn benötigt) als Information auf Bildern Anwendung.
- Die **bwegt Text Regular** wird im Fließtext verwendet. Für Hervorhebungen kommt der Schriftschnitt **Bold** zum Einsatz.
- Die **bwegt Display Light Italic** wird für Zitate verwendet.

Schriftgrößen für Headlines sollen so definiert werden, dass eine deutliche Abstufung zwischen H1, H2 usw. besteht. Die Anzahl der Headlineabstufungen richtet sich nach dem Inhalt.



### Position Logo

Das Button-Logo sitzt mit dem entsprechenden Schutzraum in der rechten oberen Ecke der Seite. (Buttons der Untermarken ohne Flow)

Die Lesbarkeit des Logos muss gewährleistet sein.



## Buttons

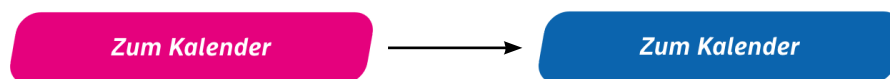
Buttons werden entweder ausgefüllt oder nur als Outline eingesetzt.

Die Hintergrundfläche bzw. die Outline wird durch ein Pseudoelement erzielt (::after), das entsprechend gestyled wird.

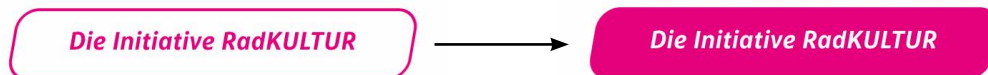
Bei jedem Button gibt es einen 15-px-Border-Radius an allen vier Ecken. Die Schrägen der Seiten werden durch eine Transformation um  $-10^\circ$  erzeugt (transform: skewX(-10deg)).

**Die Buttons werden zusätzlich mit einem Hover-Effekt versehen.**

Hierbei ändert sich bei einem **vollflächigen Button** die Farbe in die jeweils andere Primärfarbe der RadKULTUR. Ist der Button magenta, so färbt er sich beim Überfahren mit der Maus blau. Ist die Ausgangsfarbe des Buttons blau, färbt er sich entsprechend magenta.



**Buttons als Outline** verändern sich mit dem Hover-Effekt zu einem vollflächigen Button. Die blaue/magenta Outline wird also zur blauen/magenta Fläche, die farbige Schrift wird auf der Fläche weiß dargestellt.



## Listen

Für gewöhnliche **Aufzählungslisten** werden Aufzählungspunkte in Magenta verwendet.

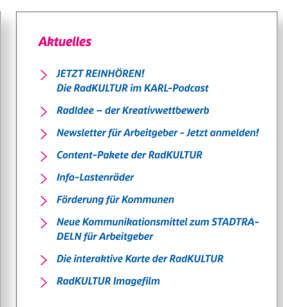
**Linklisten** verwenden für einen direkten Link dagegen ein **Chevron** (kann als SVG-Datei beim Auftraggeber angefragt werden) in Blau oder Magenta.



Aufzählungsliste



Linklisten



## Buttons Outline in Blau oder Magenta

## Trennlinie

- zur Abtrennung von Themenbereichen
- Hintergrundfarbe: Magenta
- Strichstärke (Höhe): 2 px

## Link

Links werden immer blau markiert

### Einfach aufs Rad steigen

Bei der Initiative RadKULTUR des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg dreht sich alles um die Freude am Fahrradfahren im Alltag. Denn egal ob auf dem Weg zur Arbeit, zum Einkaufen oder in der Freizeit: mit dem Rad bewegt man sich schnell und unkompliziert und ist gleichzeitig gesund und umweltfreundlich unterwegs.

[Die Initiative RadKULTUR](#)



### STADTRADELN

Radeln für ein gutes Klima

Jetzt beim STADTRADELN 2021 dabei sein und gemeinsam Kilometer für das Klima und die Gesundheit sammeln.

[Mehr Informationen](#)

### Alles rund ums Rad: Der RadKULTUR-Blog









### Die RadKULTUR-Kommunen 2021

Ein vielfältiges und buntes Jahresprogramm rund ums Radfahren erwartet die 17 Städte und Landkreise, die in diesem Jahr die Förderung des Landes im Rahmen der Initiative RadKULTUR erhalten. Noch nie in der Geschichte der Landesinitiative wurden so viele Kommunen gleichzeitig gefördert.

„Die zahlreichen Bewerbungen zeigen einmal mehr: Das Fahrrad ist das Verkehrsmittel unserer Zeit. In immer mehr Kommunen gewinnt der Radverkehr an Bedeutung. Umso schöner, dass wir nun 17 Städte und Landkreise dabei unterstützen können, mit der Initiative RadKULTUR noch stärker fürs Radfahren zu werben“, betont Verkehrsminister Winfried Hermann MdL. „Nachhaltige Mobilität beginnt im Kopf und sollte da nicht enden. Der Bau neuer Radwege bringt nur dann etwas, wenn die Wege auch genutzt werden.“



Das erste Mal erhalten die Förderung im Jahr 2021 die Städte Baden-Baden, Filderstadt, Gaggenau, Hockenheim, Konstanz, Leinfelden-Echterdingen, Sigmaringen, Tuttlingen und Villingen-Schwenningen sowie der Landkreis Böblingen. Die Landkreise Konstanz, Ludwigsburg und Schwäbisch Hall sowie die Städte Stuttgart, Bühl, Mengen und Neckarsulm konnten sich bereits 2020 über die Unterstützung der Initiative RadKULTUR freuen und können nun daran anknüpfen.

Gemeinsam mit den geförderten Kommunen bietet die Initiative RadKULTUR vielfältige Möglichkeiten, die Attraktivität des Radfahrens vor Ort präsent zu machen.

[Pressemitteilung des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg](#)

Jedes Jahr ist die Initiative RadKULTUR in ausgewählten Gemeinden, Städten und Landkreisen in Baden-Württemberg besonders präsent.



### Stuttgart

Unter dem Motto „FAHR RAD in Stuttgart“ fördert die Landeshauptstadt den Radverkehr als Teil einer umweltfreundlichen Mobilitätskultur. 2020/21 tritt Stuttgart wieder gemeinsam mit der Initiative RadKULTUR in

### Angebote für Kommunen und Partner

Sie wollen den Radverkehr in Ihrer Kommune, Ihrem Unternehmen oder Ihrer Einrichtung nachhaltig voranbringen?

Dann werden Sie Teil der Initiative RadKULTUR und treten Sie gemeinsam mit uns in die Pedale! Die Erfahrungen in den bisherigen RadKULTUR-Kommunen zeigen: Mitmachen lohnt sich!

## Text auf Bild

Steht Text auf Bild, wie beispielsweise ein Titel, wird ein Overlay eingefügt, das das Bild abdunkelt:

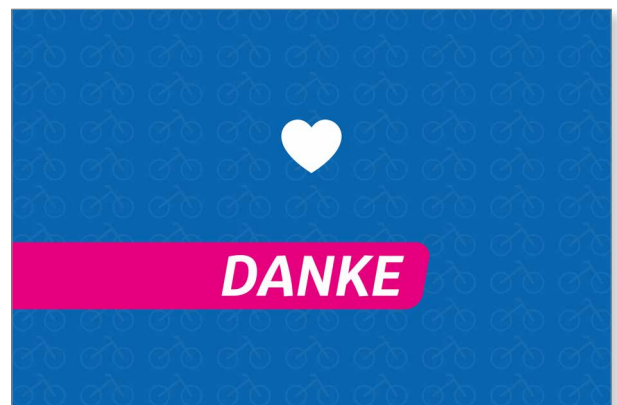
- Text: bewegt Display Bold Italic in Weiß
- Schwarzes Overlay mit einer Deckkraft von 45%
- Bild im Hintergrund

## 7.2 Social Media

Im Bereich Social Media dürfen Grafiken etwas freier gestaltet werden – natürlich immer unter der Prämisse, dass die Gestaltung innerhalb der Corporate-Design-Vorgaben liegt. Eine Orientierung, was möglich ist, geben die folgenden Beispiele von bereits umgesetzten Postings.



Cargobike Roadshow



Dankes-Posting



Shareable Aktion PendlerBrezel



Weihnachts-Posting

# 8. Nebenmarken

## 8.1 Einführung

Grundsätzlich werden die Nebenmarken der RadKULTUR in zwei große Gruppen unterteilt:

**1) Landesweite Aktionen und Maßnahmen zur Radverkehrsförderung**

**2) Lokale sowie sonstige Aktionen und Maßnahmen zur Radverkehrsförderung**

**1) Landesweite Aktionen und Maßnahmen zur Radverkehrsförderung**

In diese Kategorie fallen Initiativen, Aktionen und Maßnahmen, die vom Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg (VM) maßgeblich inhaltlich, ideell und/oder finanziell unterstützt und auf landesweiter Ebene durchgeführt werden bzw. das ganze Land betreffen.

Der Bezug zur RadKULTUR ist auf thematischer sowie auch auf institutioneller Ebene stark. Beispiele für diese Kategorie sind: AGFK-BW oder RadROUTEN-PLANER BW.

**2) Lokale sowie sonstige Aktionen und Maßnahmen zur Radverkehrsförderung**

In diese Kategorie fallen lokale oder sonstige Aktionen und Maßnahmen, die nicht unter der Hoheit des VM laufen (z. B. Kommunikationsaktivitäten von Vereinen und Kommunen). Sie sind unabhängig und werden vom VM nicht wesentlich inhaltlich, ideell und nur gegebenenfalls finanziell unterstützt.

## 8.2 Landesweit

### 8.2.1 Logoelemente

Für das Erstellen von Nebenmarken-Logos für landesweite Aktionen und Maßnahmen, die vom VM inhaltlich, ideell und finanziell unterstützt werden, müssen folgende Elemente verwendet werden:



**Das stilisierte Fahrrad in Originalfarben**

**Die Farben Blau und Magenta**

### 8.2.2 Beispiele

#### AGFK-BW

Das Fahrrad wird als Teil des Logos aufgegriffen, die Farben sind leicht verändert, aber erinnern an die der RadKULTUR.

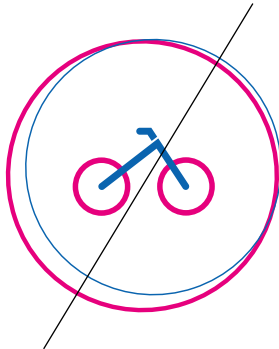


#### Fahrradfreundliche Schule

verwendet das Fahrrad mit den Farben der Dachmarke. Zusätzlich kommen die Balken in Linienform zum Einsatz.



### 8.2.2 Nicht gestattete Anwendungen



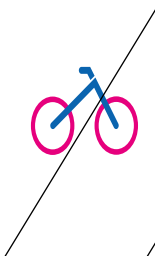
Es dürfen keine Elemente der Hauptmarken eingesetzt werden, außer jene, die in diesem Kapitel explizit zugelassen sind.



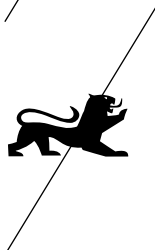
Die Schrift Garamond Amsterdam (Hausschrift des Ministeriums für Verkehr) darf nicht verwendet werden.



Die Logos der Nebenmarken dürfen keine starken Ähnlichkeiten mit den Logos der Untermarken aufweisen.



Das Fahrrad-Symbol darf nicht in seiner Form verändert oder verzerrt werden. Lediglich die Farben dürfen angepasst werden.



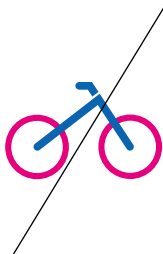
Die Löwinnen dürfen nicht verwendet werden. Auch nicht in abgewandelter Form.

## 8.3 Lokale / sonstige Marken

### 8.3.1 Elemente



Im Unterschied zu den landesweiten Nebenmarken (**Kapitel 5.2**) darf bei Nebenmarken für lokale und sonstige unabhängige Engagements nur das Fahrrad-Symbol verwendet werden.



### 8.3.2 Nicht gestattete Anwendungen

Zusätzlich zu den nicht gestatteten Anwendungen aus dem vorherigen Kapitel (**Punkt 5.2.3**) ist es nicht gestattet, das Fahrrad-Symbol in den Farben der RadKULTUR zu verwenden.

### 8.3.3 Beispiele

#### Monnem Bike

Dieses Logo basiert stark auf dem Corporate Design der Stadt Mannheim. Um den Bezug zur RadKULTUR in Baden-Württemberg zu stärken, wurde das Fahrrad-Symbol im Logo integriert.





## 9. Anwendungsbeispiele

Nachfolgend ist ein Auszug der bisherigen Anwendungsbeispiele dargestellt.

### 9.1 Printmaterialien



Plakat





**RadbonusAktion**  
Einkaufen mit dem Rad

**in Bühl**

**31. Juli bis 31. August 2021**

Radstempel sammeln und gewinnen!

**Teilnahmebedingungen und weitere Infos unter:**  
[www.radkultur-bw.de/buehl](http://www.radkultur-bw.de/buehl)

**Viel Spaß beim Einkaufen mit dem Rad!**

der Bühler Innenstadt statt.

Voraussetzung für die Teilnahme an der Verlosung sind **zehn Stempel** auf der Bonuskarte. Die Ziehung findet am Samstag, 18. September 2021, um 11 Uhr in der Bühler Innenstadt statt.

der Bühler Einzelhandelsvereinigung BÜHL im Wert von bis zu 100 Euro.

**Bedingung:** Der Fahrradfahrer muss vorzeitig den Stempel auf diese Bonuskarte eintragen, im dafür vorgesehenen Feld einmaltig einen teilnehmenden Geschäftskunden erhalten, wenn sie mit dem Rad in einem der teilnehmenden Geschäfte einkaufen, direkt vor das Geschäft fahren und gratis parken, Kundinnen und Kunden erhalten, Aufsatzen, direkt vor das Geschäft fahren und bringt den Körper in Schwingung. Bei der Radbonusaktion vom **1. Juli bis 31. August 2021** wird es obendrein Mit dem Rad zum Einkaufen fahren, macht gute Laune und bringt den Körper in Schwingung. Bei der Radbonusaktion vom **1. Juli bis 31. August 2021** wird es obendrein Einkaufen mit dem Rad - das lohnt sich in Bühl in diesem Sommer sogar doppelt.

**Für die Teilnahme am Gewinnspiel bitte ausfüllen**

Name \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

E-Mail-Adresse \_\_\_\_\_

Telefon-Nummer \_\_\_\_\_

**Teilnahmebedingungen:** Alle Angaben sind freiwillig und werden lediglich für die Auswertung und die Preisverteilung benötigt. Die Weiterverwendung zu Werbezwecken ist ausgeschlossen.

Bitte geben Sie diese Bonuskarte nach Ende der Aktion beim Bürger-Service-Center im Rathaus 2 ab. Im Falle eines Gewinns werden Sie benachrichtigt. Weitere Bonuskarten gibt es im Bürger-Service-Center, in den teilnehmenden Geschäften sowie online unter [www.radkultur-bw.de/buehl](http://www.radkultur-bw.de/buehl).

**Radstempel sammeln und gewinnen!**

**Kostenloser Boxenstopp!**

An den RadService-Punkten in Bühl können Sie Ihr Fahrrad kostenlos wieder in Schuss bringen. An den Reparatursäulen finden Sie verschiedene Werkzeuge wie Inbusschlüssel oder Schraubendreher sowie eine Luftpumpe für alle gängigen Ventile. Die Standorte: Rathaus 2, Schwarzwaldbad und Trottenplatz in Eisental. Wir wünschen gute Fahrt!

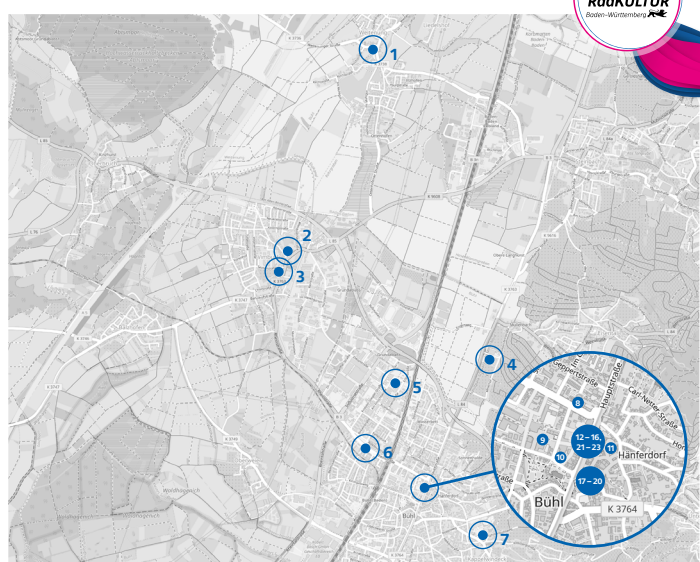


**Stempelstellen**

**RadbonusAktion in Bühl**

Stempelfelder:

Sparkasse Bühl – Filiale Weitenung Fremersbergstraße 2a <b>1</b>	Sparkasse Bühl – Filiale Kappelwindeck Klotzbergstraße 1 <b>7</b>	AUST Fashion Hauptstraße 57 <b>13</b>
Sparkasse Bühl – Filiale Vimbuch Sandbachstraße 1 <b>2</b>	Leutner Kreativ - Garten – Zoo Rheinstraße 16 <b>8</b>	Fensch Modehaus Hauptstraße 54 <b>14</b>
Hotel Restaurant Kohlers Engel Vimbucher Straße 25 <b>3</b>	Sparkasse Bühl – Hauptstelle Sparkassenplatz 1 <b>9</b>	Cult Fashion Hauptstraße 52 <b>15</b>
Affentaler Winzer eG Betschgräberplatz 1 <b>4</b>	Oberföll Raumausstattung Eisenbahnstraße 10A <b>10</b>	Böckeler Coniferie- und Kaffeehaus- betriebe Hauptstraße 43 <b>16</b>
Cum Natura Imkergut Am Froschbächle 17 <b>5</b>	ALDI Süd Johannes-Passage 8 <b>11</b>	Bacino Fashion Schwanenstraße 3 <b>17</b>
Bürohaus Feuerstein Prälat-Fischer-Straße 2 <b>6</b>	Osiander Buchhandlung Hauptstraße 62 <b>12</b>	Knopf Bad(e)loase Schwanenstraße 12 <b>19</b>
	Parfümerie Niendorf Schwanenstraße 2+9 <b>18</b>	Dreikäsehoch, Käse-Öle-Feinkost Schwanenstraße 13 <b>20</b>
		Gecco Geschenke Café Hauptstraße 38 <b>21</b>
		Kaufhaus Peters Hauptstraße 35 <b>22</b>
		Link Optik Uhren Schmuck Hauptstraße 20 <b>23</b>



## 9.2 Werbemittel

Beispiele bereits produzierter Werbemittel. Der Reflektor-Sticker ist als Beispiel anzusehen, wie das Logo leicht abgeändert als Smiley gestaltet Anwendung findet.



Fahrradklingel



Reflektor-Sticker



Sicherheitsweste



Baumwolltaschen



Schlauchschal

## 9.3 Sonstige



Fahnen und Beachflags

Banner



## 9.4 Online



Startseite Website

# 10. Layout-Vorlagen

## 10.1 Standardflyer DIN Lang 6-Seiter

Im Folgenden finden Sie einen Standardflyer im Format DIN Lang mit 6 Seiten. Beispielhaft mit Inhalten versehen, sowie ohne Inhalte mit entsprechender Legende und Verweisen zu den jeweiligen Kapiteln im Manual.



**Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger,  
liebe Radfahrerinnen und Radfahrer,**

*Ehendi in numquo occusam, et dolesciam dolestum ut hiligene del erum et eum am fuga dem. Nam fugiat apicim quaerferum invet ma consequi iducius abore vellesentium con commin min et aut alit, omnino ad molo- renis istrundignis et entur apita videm voluptatur as aut ent, cuptionetur? Poreptata sint qui as cusdae dolo bere doluptu rerorio nsequis et quat?*

*Ottatior molut exerupi deliquae delignim quam estrum verferi orersperibus asima quatut, con pro berororum eictiam, core lanturio quo officio vendant voluptatur sitatem quidebita none et asi volupta vento veri unt vid ma pediosandest lantionsedis eum dicaborem as acerio. Arum nonestianto eum evercispis molum fugia cupitibus estemo intia et apis rem. Ratur accepta molup tibeau atusam repedic imagnih.*

*Tionse volestio mod quam, untusoaperae voluptiis rat latum, tempos pe nietus as quid qui alit optior re remperibus noissequ num et vellant estis eossunt et laborem posande non culpam arepudam, offatit autia in rem ese velendis re eatur?*

**Ich wünsche viel Erfolg und vor allem viel Freude!**

Ihr / Ihre



**Name des Verfassers**  
Titel des Verfassers

**Kapitelüberschrift (H1)  
über zwei Zeilen**

Nimloenis aut Nulpa sum res et eostiustia pore pora quid ut inciaest ut andenda volorio id eos sam consequate occusdae vento vid



**Kontakt**  
Name Ansprechperson  
Adresszeile 1  
Adresszeile 2  
(Zusatz wenn benötigt)  
Musterstraße 00  
00000 Musterstadt  
Telefon 01234 5678910  
kontakt@musterstadt.de

**STUTTGART**

**Regionaler Partner**





**Dokumententitel**  
Aussagekräftiger Untertitel

**Headline / Datum**  
Subheadline / Information

[www.UR.LderAktion.de](http://www.UR.LderAktion.de)

**STUTTGART** **Baden-Württemberg**  
MINISTERIUM FÜR VERKEHR

**Kapitelüberschrift (H1)  
mit Subline H1 Kapitelüberschrift**

Aximus as pa venis ellupiti oritem raeces nobist accusdae aut optur molupis ipsaere scipit temquib erionseque exceate perum aut labo. Nem aut volupic illitaturero mil moloendi doluptuscul incil idis is eteninis volorearis dis ide- liquis dolutat a dolor maioiese dipsuntibus poriae.

**Zwischenüberschrift (H2)**

Ullumquo moloeremquo expe qui ommoluptat veritita volenet dian consequae se optia del ipicit volo core cone la dolupta es quame lautas nihillies veleite mpossi cum quaspic tem hiliqui omnia derumg uamenda quibusdae nimloenis aut Nulpa sum res et eostiustia pore pora quid ut inciaest ut andenda volorio id eos sam consequate occusdae vento vid

**Unterüberschrift (H3)**

Ab lum et ut re laboria tionsec toratiorepel is nossun net estis eum quibus andigni hillupta sitasperovid quaeput itit- icta sa aliquidus, iusae voluptatur sa doluptati biabor sinumquia ipsam voluptarias ex eum voluptae ni omno moluptae exceate imodit voluptas ut fuga ipsandi di del modiasunt biabore ptianis eatiorum consequ nihilu ptatur, occae endis sit as et voloreiat. Ebitatu recupta nime ad eosaeuctibus mi, consecutur? Nient voluptatur simintem. Nament labore cum esti si de volorep ellamus tenihilis magnatium qui ratur, il eost at re possima gnatum aut esti necaerr ovitio. Dit quam volendi clisque conse valor aut eosa nempore. Abor mi, sunt ad que officil lectate mostor modi sa sit, qui audae quam.

**Headline Infokasten**  
Ab lum et ut re laboria tionsec toratiorepel is nos net estis eum quibus andigni hillupta sitasperovid quaeput itituti icta sa aliquidus, iusae voluptatur

**Kapitelüberschrift (H1)**

Is imaxime nditiatat eum quis ut lacilliciet ressimperum est facepre conem. Et abo. Ditem que occaborem hari dolore res ex eosti am faccum explat parios vollarum num am nat- quo odis aliciae a dolor andigenemqui consequibus repudi inlenimus aut es mi, seque dollata tectem exerfer ovitatem quas nobit eiciendi consent laceatet, sum lacernatem sum quunt erit velliam doloro viducid:

- Nempos pliquam re quod etur simus est adit
- conse sum
- illupta tiist is reepe ommoluptas
- aut modi natqui quia deribus archit
- andanis idiat

**Soloreiunt, ende dolor am quam, sit et, suntis plite dem quis am, optate nuscit malo eosam, solut omnisquo**



**Kapitelüberschrift (H1)  
über zwei Zeilen**

**Zwischenüberschrift (H2)**

Ratur accepta tliand entores eribus aut fugit, ut debitatem ent venihic temolup tibeau atusam repedic imagnih icimpor andanditas et occupa- tatis periae nienis am dolupta tesentinci commin lignis ea volupta tinvent eos non ratur, sus.

**Unterüberschrift (H3)**

Nam fugiat is apicim quaerferum invet ma consequi iducius abore vellesentium con commin moloenis istrundignis et entur apita videm voluptatur as aut ent, cuptionetur? Ratur accepta tliand entores eribus aut fugit, ut debitatem ent venihic temolup tibeau atusam repedic imagnih icimpor andanditas et.

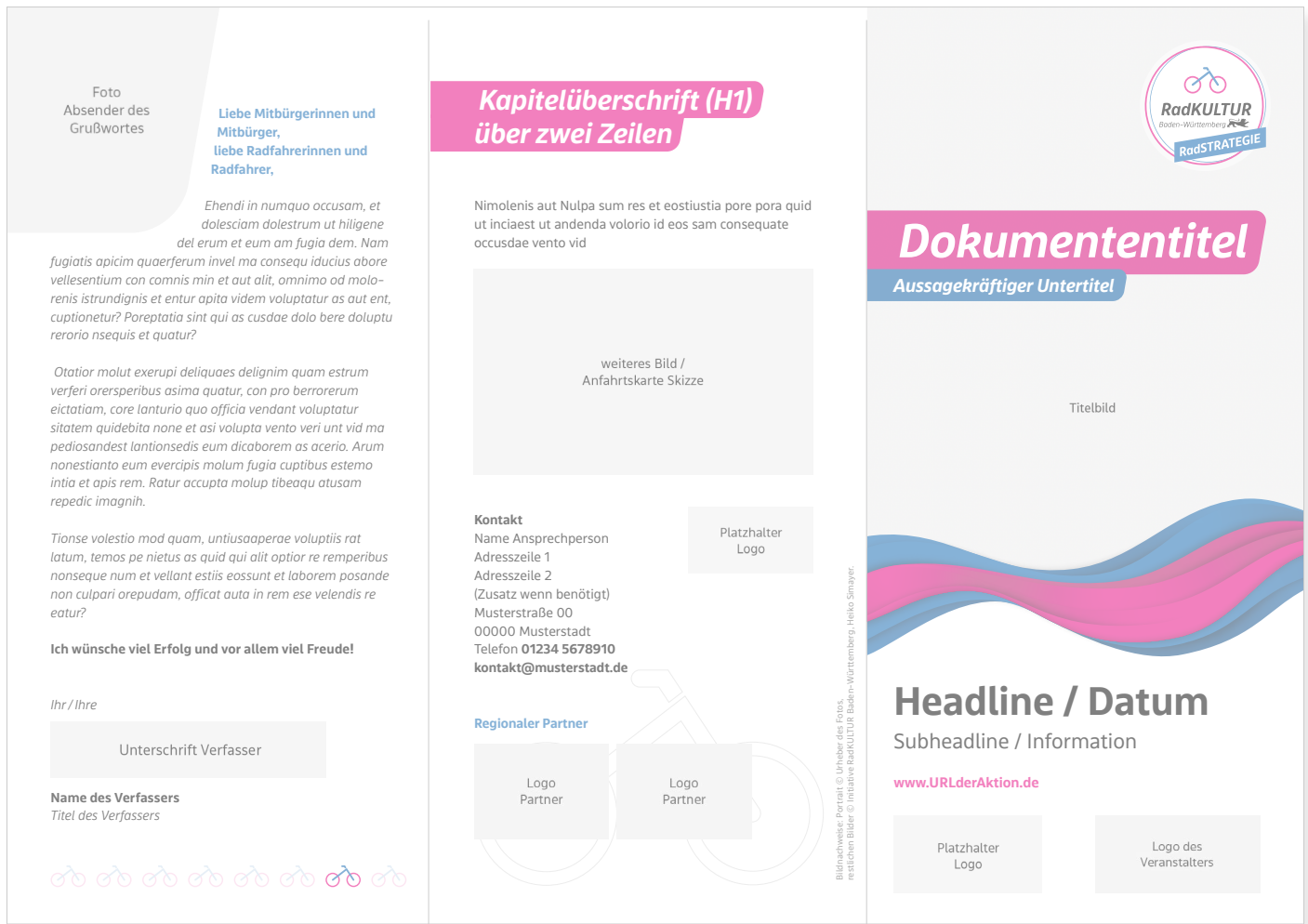
**Unterüberschrift (H3)**  
Arum nonestianto eum evercispis molum fugia cupitibus estemo intia et apis rem. Ut minctur audit harchil luptas netur a volorep erroro modioris quas pellacere pro tet asperatem derit eossin restis corum qui di voluptur maiore connecti de nem.

**Unterüberschrift (H3)**  
Arum nonestianto eum evercispis molum fugia cupitibus estemo intia et apis rem. Nem aut volupic illitaturero mil moloerendi.

**Unterüberschrift (H3)**  
Alle wichtigen Informationen finden Sie unter [www.webadresse.de](http://www.webadresse.de)

**mailadresse@aktion.de**





### Erste Innenseite (links)

1. Abbildung des Verfassenden von Grußwort / Ansprachetext / Zitat – **Kapitel 6.4 „Bildeinsatz“ (Möglichkeit 3)**
2. Grußwort / Ansprache mit Headline und Unterschrift des Verfassenden – **Kapitel 3.1 „Schriften“**
3. **Dekoleiste Laufräder** – kann als Füllmaterial für unnötige Weißflächen (Kopf und Fuß der Seiten) im Layout verwendet werden. Muss aber nicht zwingend im Layout auftauchen – **Kapitel 4.3 „Das Laufrad“**

#### Schriftgröße Fließtexte

Fließtexte haben in einem Standardflyer immer die Schriftgröße 9 Punkt mit einem Zeilenabstand von 12 Punkt. Dies betrifft auch das Grußwort.



### Rückseite (mitte)

4. Headline 2 mit Balken ein- oder mehrzeilig – **Kapitel 3.6 „Balkenelemente“**
5. weitere Informationen als Fließtext (**Kapitel 3.3 „Typografie“**) mit beispielsweise einem angehängten Bild / Wegekarte
6. Kontaktangaben / Impressum, z.B. mit entsprechendem Logo oder auch mögliche Partnerlogos
7. Icon im Hintergrund – **Kapitel 4.2 „Die Icons“**
8. Bildnachweis – **Kapitel 3.3 „Typografie“**

### Titelseite (rechts)

9. Logo-Position (RadKULTUR oder Untermarken) immer in der rechten oberen Ecke – Größen und Platzierung **Kapitel 1.4 „Logo – Button“**
10. Headline in Balken positioniert auf dem Titelbild des Flyers – **Kapitel 3.6 „Balkenelemente“**
11. Titelbild Kommune/Veranstaltung – **Kapitel 6 „Bilder“**
12. Flow – **Kapitel 4.1 „Der Flow“**
13. weitere Headline oder Datum (**Kapitel 3.3 „Typografie“**) mit Subline und weiteren Informationen
14. URL – **Kapitel 3.3 „Typografie“**
15. Logo der Kommune / des Veranstalters
16. Logo Verkehrsministerium



## Innenseite links

1. Fließtext mit unterschiedlichen Headlines – **Kapitel 3.2 „Typografie“**
2. Infokasten mit zum Inhalt passendem Icon – **Kapitel 3.4 „Störer und Infokästen“**

## Innenseite mitte

3. Aufzählungsliste mit Bullets in Magenta oder Blau – **Schrift und Schriftgröße wie Fließtext**

## Innenseite rechts

4. Icons zur unterstützenden Visualisierung der Informationen – **Kapitel 3.4 „Störer und Infokästen“**
5. Mail-Adresse – **Kapitel 3.2 „Typografie“**
6. Transparenz mit Bild im Hintergrund – **Kapitel 6.4 „Bildeinsatz“ (Möglichkeit 4)**



**Herausgeber**

Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg  
Dorotheenstraße 8  
70173 Stuttgart



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR VERKEHR

**Die Initiative RadKULTUR wird durchgeführt von der**

NVBW - Nahverkehrsgesellschaft  
Baden-Württemberg mbH  
Wilhelmsplatz 11  
70182 Stuttgart

**Verantwortlich für den Inhalt**

NVBW mbH  
Fuß- und Radverkehr  
Telefon +49 711 23991-0  
info@nvbw.de



Nahverkehrsgesellschaft  
Baden-Württemberg mbH 

**Konzept, Gestaltung und Redaktion**

die wegmeister gmbh, Stuttgart  
kontakt@radkultur-bw.de