

# 1. Die Leitmarke

## 1.1 Vorstellung

Die Leitmarke der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) besteht aus der Wort-Bild-Marke des Landes Sachsen-Anhalt und dem Schriftzug Investitions- und Marketinggesellschaft. Diese Darstellungsform ist in Symbolik, Schrift und Proportion die ausschließliche Wort-Bild-Marke für das Bundesland Sachsen-Anhalt. Der Ursprung der Leitmarke liegt im Hoheitszeichen des Landes. Es ist für eine vielseitige Anwendung im Detail vereinfacht worden. So lässt sich das Markenzeichen überall in verschiedenen Größen und Farben einheitlich abbilden und trägt so zu Identifikation und Wiedererkennung bei. Das Wappen symbolisiert in seiner Gestaltung die historischen und territorialen Entwicklungslinien. Es knüpft an die Wappen der ehemaligen preußischen Provinz Sachsen und des Freistaates Anhalt an. Das Wappen des Landes Sachsen-Anhalt wurde per Gesetz vom 29. Januar 1991 eingeführt. Der Schriftzug entstammt einer Typografie von Lucas de Groot, der Thesis sans regular. Die Linie in Gelb bildet den unteren Abschluss des Markenzeichens und symbolisiert Verlässlichkeit und Konsequenz. Diese Bestandteile sind untrennbar mit einander verbunden.



## 1.2 Größenverhältnis

Für die Darstellung der Leitmarke wird eine Mindestgröße definiert. Die minimale Breite des Signets beträgt 30 Millimeter. **Eine kleinere Abbildung ist nicht zulässig oder muss in Ausnahmefällen explizit definiert sein.**



x Rasterfeld

## 1.3 Markenfreiraum

Der grundsätzliche Markenfreiraum ist immer quadratisch. Die Größe des Markenfreiraumes ist abhängig von den Abmessungen der Leitmarke. Das exakte Maß des Grundrasters (x) errechnet sich aus der Breite des Markenzeichens. Die Gesamtbreite des Markenzeichens ist das Sechsfache von x (siehe Aufbau). Die Leitmarke wird umlaufend einmal von x eingerahmt. Das ist der Markenfreiraum.

### Grundsätzlicher Markenfreiraum



### Verkürzter Markenfreiraum



x Rasterfeld

In Einzelfällen kann der Markenfreiraum verkürzt werden. Die Fläche des Markenfreiraumes wird halbiert und hat so das Verhältnis 6:3 (Länge zu Breite). Das Markenzeichen wird auch hier einmal umlaufend von x umgeben – so entsteht der verkürzte Markenfreiraum. Der verkürzte Markenfreiraum findet in Drucksachen mit geringen Freiflächen wie bspw. Visitenkarten Anwendung.

## Corporate Design

- 1. Die Leitmarke
- 1.4 Zusatz Markenfreiraum
- 1.5 Farbigkeit

## 1.4 Zusatz Markenfreiraum

In den Markenfreiraum der Leitmarke der IMG Sachsen-Anhalt dürfen keine weiteren Logos, Piktogramme oder anderen Symbole integriert werden. Alle notwendigen zusätzlichen Zeichen werden unterhalb oder neben dem Freiraum angeordnet. Bei Querformaten oder anderen speziellen Seitenverhältnissen können sie auch links und rechts des Markenfreiraumes abgebildet werden. Die Farbgebung der zusätzlichen Zeichen ist möglichst monochrom zu halten. Der Einsatz einer gemeinsamen Darstellung des Markenzeichens mit anderen Zeichen und Symbolen bedarf der Zustimmung der IMG Sachsen-Anhalt.



## 1.5 Farbigkeit

Im Vierfarbendruck wird die Leitmarke in den Farben der Logo-Farbwelt reproduziert. **Das vierfarbige Signet wird nie auf farbigen Hintergründen eingesetzt.** Nur Weißflächen mit 100 %-iger Farbdeckung sind zulässig. Einfarbige Darstellungen für den alltäglichen Gebrauch werden in Schwarz oder Weiß (negative Darstellung) reproduziert.



4-farbig



schwarz



negativ (weiss)

## Corporate Design

- 1. Die Leitmarke
- 1.6 Farben der Leitmarke
- 1.7 Die englische Leitmarke

## 1.6 Farben der Leitmarke

Bei HKS- und RAL-Angaben handelt es sich teilweise um Näherungswerte, wodurch es in Abhängigkeit vom bedruckten Material zu unterschiedlichen Farbwiedergaben kommen kann.



rot

CMYK	0/100/100/0
HKS	13 K
RAL	3020
HEX	#FF0000



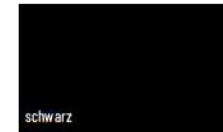
grün

CMYK	100/0/80/0
HKS	54 K
RAL	6029
HEX	#009900



gelb

CMYK	0/30/100/0
HKS	5 K
RAL	1003
HEX	#FFB300



schwarz

CMYK	0/0/0/100
HKS	97 K
RAL	9005
HEX	#000000

## 1.7 Die englische Leitmarke

Bei allen englischen Varianten der Leitmarke ist darauf zu achten, dass sie „Misch-logos“ sind, d.h. nur der Institutionsname wird englisch geschrieben. Für die farbige Darstellung gilt → 1.5 (Seite 8).

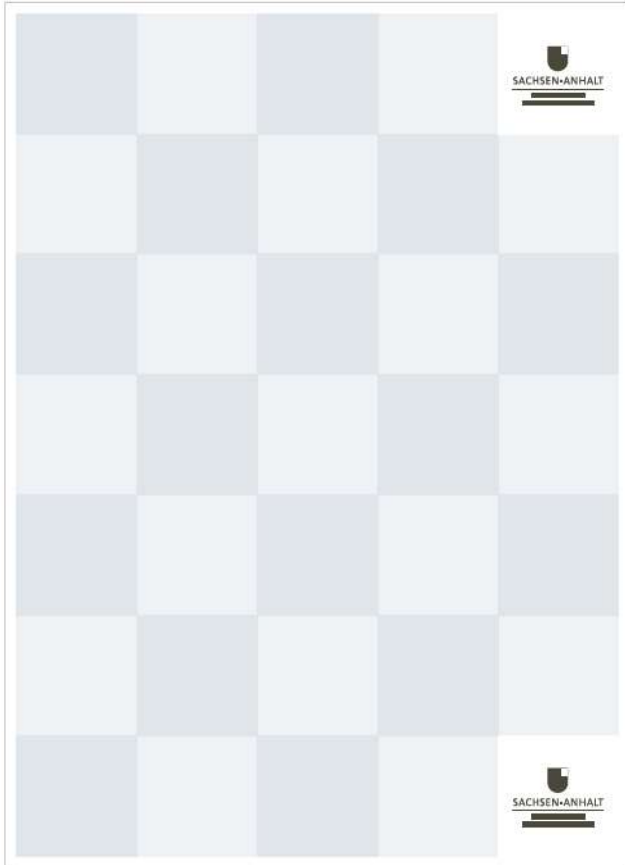


### 1.8 Die Leitmarke im Format

Die Position der Leitmarke im Format beruht auf ein quadratisches Rasterfeld. Je nach Format gibt es definierte Größen der Leitmarke. → 2.1 (Seite 12)

**Alle Produktlinien sind nach dem gleichen Konzept aufgebaut:**

Die Leitmarke ist immer **oben rechts** oder **unten links** platziert.  
Nur in Ausnahmefällen kann eine andere Position gewählt werden.



### 1.9 Die Leitmarke als Basis für das Gestaltungsraster

Das Gestaltungsraster basiert auf dem quadratischen Aufbau der Leitmarke und dem dazugehörigen Markenfreiraum → 2.1 (Seite 12). Die Formatbreite sollte idealerweise ein Vielfaches des Markenfreiraumes sein.

Ausgehend von der Leitmarke und dem dazugehörigen Markenfreiraum als „Zentrum“ wird das Format in adäquate quadratische Flächen aufgeteilt. Ausgangspunkt des Rasters ist immer rechts. Hier wird die Leitmarke und dem dazugehörigen Markenfreiraum → 2.1 (Seite 12) platziert. Dieses quadratische Rasterfeld wird nach links fortgesetzt. Die Größe des Gestaltungsrasters in dieser quadratisch aufgeteilten Fläche wird durch die Basisgröße  $x$  bestimmt.

In diesem Gestaltungsraster bewegen sich alle Anwendungen der IMG Sachsen-Anhalt. Es wird so den Anforderungen verschiedenster Publikationen gerecht. Die konsequente Anwendung sichert als weiteres Element des Erscheinungsbildes eine hohe Wiedererkennbarkeit.

