



Corporate Design Manual

stmas.bayern.de/design

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
------------------	---

1. Grundlagen

1.1 Großes Bayerisches Staatswappen	5
1.2 Wort-Bild-Marke	6
1.3 Typografie	10
1.4 Farbwelt	13
1.5 Claim #BayernGemeinsamStark	14
1.6 Bildsprache	16
1.7 Icons	18
1.8 Diagramme	20

2. Publikationen

2.1 Hinweise zu Papier & Druck	22
2.2 Layoutprinzip	23
2.3 Informationsbroschüre DIN A4	26
2.4 Informationsbroschüre DIN A5	34
2.5 Flyer DIN lang	37
2.6 Fachberichte DIN A4	39

3. Geschäftsausstattung

3.1 Visitenkarten	42
3.2 Briefbogen	43
3.3 Teilnahmebescheinigung	44

Inhaltsverzeichnis

4. Kampagnen

4.1 Großfläche 18/1	45
4.2 City-Light-Poster	46
4.3 Webbanner Wide Skyscraper	47
4.4 Webbanner Superbanner	48
4.5 Webbanner Medium Rectangle	49

5. Websites

5.1 Portaltypen	50
5.2 Wort-Bild-Marke	52
5.3 Kampagnenlogos / Themenportale	53
5.4 Grid	54
5.5 Claim	55

6. Abkürzungsverzeichnis	56
--------------------------------	----

7. Impressum	57
--------------------	----

Einleitung

Das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales (StMAS) trägt Verantwortung für zentrale, bürger-nahe Anliegen. Themen wie Familie, Arbeitsmarkt und Sozialpolitik entspringen den grundlegenden Bedürfnissen der Menschen und prägen ihre Lebenswelt von heute und morgen.

In einer Zeit ständiger Informationsflut ist ein konsistenter und einheitlicher Auftritt über alle Kommunikationskanäle hinweg von entscheidender Bedeutung. Das neue Corporate Design stärkt das Profil des StMAS: Es sorgt für eine klare Wiedererkennbarkeit nach außen und bietet gleichzeitig ausreichend kreativen Spielraum, um flexibel auf unterschiedliche Anforderungen einzugehen und gezielt alle Menschen in Bayern anzusprechen.

Das Ministerium versteht sich als eine Institution für alle Menschen in Bayern. Dieses Selbstverständnis spiegelt sich im neuen Corporate Design wider: Es verbindet Modernität mit emotionaler Nahbarkeit.

Die Gestaltung folgt dabei den übergeordneten Vorgaben der Bayerischen Staatsregierung. So definiert der Beschluss der Ministerratssitzung vom 24. April 2001 die wesentlichen Merkmale des visuellen Auftritts:

- Das Große Bayerische Staatswappen, das stets oben rechts positioniert ist.
- Die Ministeriumsbezeichnung, die zweizeilig in der farbigen Design-Linie in „Bayerisch Blau“ links neben dem Wappen steht.
- Die senkrechte Freifläche unterhalb des Staatswappens, die als optischer Abstandshalter dient.

Der durch diese drei Elemente gebildete Winkel bildet das grundlegende Erkennungsmerkmal für das gemeinsame Erscheinungsbild der Bayerischen Staatsregierung.

Die Regeln des Corporate Designs sind bindend für alle Anwender, die die interne und externe Kommunikation des StMAS vertreten oder erarbeiten. Aufbauend auf das verbindliche Regelwerk, das im Folgenden ausführlich dargestellt ist, bietet das Corporate Design großen Freiraum, um die Kommunikation auszugestalten. Dieser Freiraum sollte ausgeschöpft werden. Als Ausdruck der Wertschätzung der Zielgruppen und ihrer Themen ist auf eine sorgfältige Gestaltung zu achten.

Hinweis zu Barrierefreiheit

Ein besonderes Augenmerk liegt auf der Barrierefreiheit, um allen Menschen ein selbstbestimmtes Leben zu ermöglichen. Da private und öffentliche Arbeitgeber eine Schlüsselrolle beim Abbau von Barrieren spielen, geht das StMAS mit gutem Beispiel voran und setzt entsprechende Maßstäbe an die Gestaltung seiner Kommunikationsmittel.

1.1 Großes Bayerisches Staatswappen



Original – 4c Umsetzung, volle Schraffur, heraldisch



Original – s/w-Strich Umsetzung, volle Schraffur, heraldisch, für Anwendungen ab 35 mm Breite



s/w-Strich Umsetzung, wenig Schraffur, nicht heraldisch, für Anwendungen zwischen 15 mm und 35 mm Breite



4c Umsetzung, ohne Schraffur, nicht heraldisch, für Anwendungen unter 20 mm Breite



s/w-Strich Umsetzung, ohne Schraffur, nicht heraldisch, für Anwendungen unter 15 mm Breite



C 100 | M 5 | Y 0 | K 10
R 0 | G 141 | B 201
HEX #008dc9
Pantone Process Blue
HKS 47
RAL 5015



C 0 | M 100 | Y 100 | K 0
R 226 | G 0 | B 26
HEX #e2001a
Pantone Warm Red
HKS 13
RAL 3020



C 0 | M 10 | Y 100 | K 0
R 255 | G 221 | B 0
HEX #ffdd00
Pantone 109
HKS 4
RAL 1023



C 0 | M 0 | Y 0 | K 100
R 0 | G 0 | B 0
HEX #000000
Pantone Black
HKS 88
RAL 9017

Die Vorgaben für den grundsätzlichen Umgang mit dem Bayerischen Staatswappen gibt das übergeordnete Corporate Design Handbuch der Bayerischen Staatsregierung vor.

Das Große und das Kleine Bayerische Staatswappen sind als staatliche Hoheitszeichen dem öffentlichen Bereich vorbehalten.

Externe Auftragnehmer (Designer, Werbeagenturen, Verlage etc.) sind darauf hinzuweisen, dass das Staatswappen geschützt ist und nur für den konkreten Auftrag verwendet werden darf.

Weitere Informationen unter:
stmi.bayern.de/staat-und-verfassung/staatssymbole/

1.2 Wort-Bild-Marke

Standardvariante

Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Sonderformate



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales

Das Große Bayerische Staatswappen bildet im Verbund mit der Wortmarke des StMAS die Wort-Bild-Marke.

Die Wort-Bild-Marke steht grundsätzlich auf weißem Hintergrund. Die Wortmarke steht rechtsbündig zum Großen Bayerischen Staatswappen und erscheint grundsätzlich zweizeilig.

Die Schrift der Wortmarke der Bayerischen Staatsregierung ist die „Univers LT 55 Roman“. Sie wird in der Farbe Bayerisch Blau gesetzt, das auch im Großen Staatswappen Verwendung findet ([vgl. Seite 5](#)).

Bei Sonderformaten, wie z. B. E-Mail-Abbindern, wird das Große Bayerische Staatswappen links neben der Ministeriumsbezeichnung platziert.

Für kompakte Anwendungen, beispielsweise Co-Brandings, Logoauflistungen oder Webbannern, kann bei Platzmangel ausnahmsweise auch das Bayerische Staatswappen oberhalb der Wortmarke abgebildet werden.

1.2 Wort-Bild-Marke mit Förderhinweis

Standardvariante

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Sonderformate

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales

Wenn das StMAS als Förderer oder Initiator genannt wird, sind die hier gezeigten Varianten der Wort-Bild-Marke möglich.

Die Varianten können sowohl in Farbe als auch als Schwarz- oder Weißversion angewandt werden.

1.2 Wort-Bild-Marke und Winkel



Beispiel: Titelseite

Skalierungsgröße der Wort-Bild-Marke in verschiedenen Formaten

Format	Skalierung
DIN lang	63 %
DIN A5	78 %
DIN A4	100 %
DIN A3	141 %
DIN A2	200 %
DIN A1	283 %
OOH 16/1	1.132 %

A Fest definierter Abstand – A = 7 mm beim DIN-A4-Format

Die Wort-Bild-Marke des StMAS bildet mit dem klar definierten Freiraum unterhalb des Großen Bayerischen Staatswappens das Grundgerüst des Corporate Designs, den sogenannten Winkel.

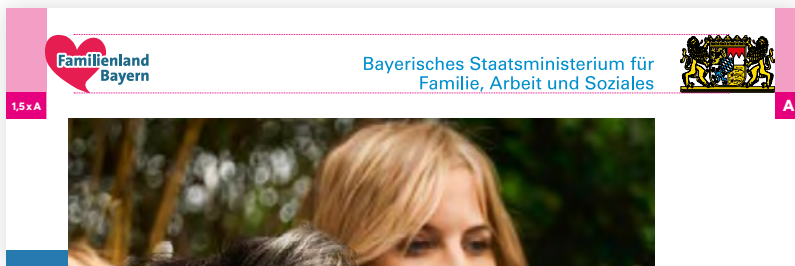
Dieser gewährleistet ein konsistentes Erscheinungsbild über alle Ministerien hinweg und ist, abgesehen von minimalen, zulässigen Überlappungen, zwingend freizuhalten.

Die Wort-Bild-Marke wird im DIN-A4-Format mit 100 % Größe eingesetzt, für die weiteren Formate er-

geben sich entsprechend prozentuale Größen (siehe Tabelle oben). Diese Vorgaben gelten für Hoch- und Querformat gleichermaßen.

Aus Gründen der Einheitlichkeit wird bei Publikationen im DIN-lang-Format ausnahmsweise auch bei kleinerer Darstellung das Wappen mit voller Schraffur verwendet (in allen anderen Fällen bei einer Wappenbreite unter 20 mm Breite erfolgt die Umsetzung ohne Schraffur, vgl. Seite 5).

1.2 Positionierung weiterer Logos



Beispiel: Titelseite mit hauseigenem Kampagnenlogo



Beispiel: Titelseite mit Partnerlogo

Die **hauseigenen Kampagnenlogos** werden oben links positioniert. Ihre maximale Höhe orientiert sich an der Wort-Bild-Marke des StMAS; idealerweise schließen sie oben und unten bündig mit dieser ab. Der linke Seitenabstand beträgt konstant 1,5 x A-Wert.

Nicht zum StMAS gehörende Projekte, Kampagnen, Institutionen etc. werden mit ihren sogenannten **Partnerlogos** in der linken unteren Ecke abgebildet. Die Höhe orientiert sich auch hier an der Wort-Bild-Marke

des StMAS. Um ein optimales visuelles Gesamtbild zu gewährleisten, sind jedoch geringfügige Abweichungen zulässig.

Bei der Integration von zwei zusätzlichen Logos bleibt das beschriebene Grundlayout unverändert. Bei mehr als zwei Partnerlogos kann die linke untere Ecke entsprechend angepasst bzw. vergrößert werden.

1.3 Typografie

Figtree Fontfamilie

Figtree Light
Figtree Light Italic

Figtree Regular
Figtree Regular Italic

Figtree Medium
Figtree Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNQRSTU
VWXYZ
1234567890B.,;(*!?'"/)

Download der Figtree unter:
fonts.google.com/specimen/Figtree

Figtree Semibold
Figtree Semibold Italic

Figtree Bold
Figtree Bold Italic

Figtree Extrabold
Figtree Extrabold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNQRSTU
VWXYZ
1234567890B.,;(*!?'"/)

Als Schrift für alle Anwendungen dient die Schriftfamilie Figtree. Sie besticht durch eine moderne und freundliche Formsprache, die runde und geometrische Elemente harmonisch verbindet. Dies verleiht der Kommunikation ein dynamisches und zeitgemäßes Erscheinungsbild.

Die vielseitige Schriftfamilie ermöglicht es, klare Schrifthierarchien zu erstellen und wichtige Informationen gezielt hervorzuheben. Dank der offenen und weiten Buchstabenform ist eine barrierearme Nutzung und optimale Lesbarkeit gewährleistet, besonders auch in digitalen Anwendungen.

Die Figtree Familie steht über Google Fonts zur lizenzfreien Nutzung zur Verfügung. Um eine systemübergreifende Kohärenz zwischen allen Dateien und Vorlagen sicherzustellen, ist ausschließlich diese Quelle zu nutzen (keine Verwendung des Adobe Fonts).

Der hohe Wiedererkennungswert der Typografie wird durch ihre charakterstarke Formsprache geprägt. Das breite Spektrum an Gestaltungsmöglichkeiten gewährleistet eine kohärente und zugleich vielseitige visuelle Identität. Sollte die Figtree nicht verwendet werden können, erfolgt eine sinngemäße Ersetzung durch die Arial.

1.3 Typografie | Proportionen



1 Die Headline wird im Schriftschnitt "Extrabold" gesetzt. Die Schriftgröße soll bei DIN-A4-Formaten 45 pt möglichst nicht unterschreiten. Der Zeilenabstand beträgt dann ebenfalls 45 pt.

2 Die Schriftgröße der Headline ergibt sich aus der Textmenge und kann bei weniger Text größer eingesetzt werden ([siehe Beispiel Folgeseite](#)).

3 Es wird um einen optischen Randausgleich gebeten, der etwaige rechnerische Werte innerhalb der Schrift für ein stimmigeres Schriftbild ausgleicht.

4 Der Abstand zwischen Head- und Subline beträgt etwa die x-Höhe der Headline.

5 Die Subline verwendet den Schriftschnitt "SemiBold", die Schriftgröße beträgt 35% der Headline und wird aufgerundet. Je nach Textlängen kann von dieser Vorgabe abgewichen werden, um ein dynamisches Satzbild zu erreichen ([siehe Beispiel Folgeseite](#)). Der Zeilenabstand ist Schriftgröße plus 5 pt, z. B. Schriftgröße 16 pt mit ZAB 21 pt.

6 Gerade auf dunklen Untergründen sollte eine Laufweite von 5–10 berücksichtigt werden, um einen guten Lesefluss zu gewährleisten.

1.3 Typografie | Proportionen

Lorem Ipsum dolores Headline

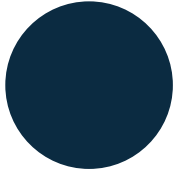
Lorem Ipsum dolor sit amet consectetur
adipiscing. Aenean commodo sit amet.

Lorem Ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing.
Aenean commodo sit amet.

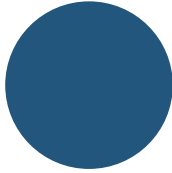
Lorem est ipsum Headline dolores

1.4 Farbwelt

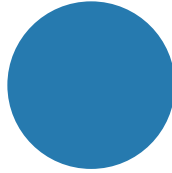
Primärfarben



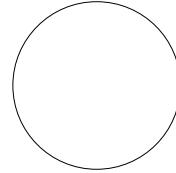
StMAS-Dunkelblau
C 100 | M 75 | Y 45 | K 53
R 11 | G 43 | B 65
HEX #0a2b41



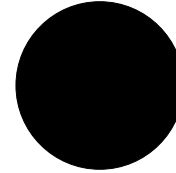
StMAS-Mittelblau
C 90 | M 60 | Y 30 | K 15
R 34 | G 86 | B 124
HEX #22567b



StMAS-Blau
C 82 | M 43 | Y 13 | K 2
R 38 | G 122 | B 175
HEX #257aae

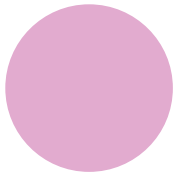


Weiß
C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
R 255 | G 255 | B 255
HEX #FFFFFF



Schwarz
C 0 | M 0 | Y 0 | K 100
R 0 | G 0 | B 0
HEX #000000

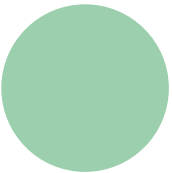
Sekundärfarben



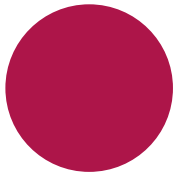
StMAS-Rosa
C 10 | M 42 | Y 0 | K 0
R 226 | G 171 | B 207
HEX #e2aace



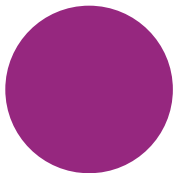
StMAS-Gelb
C 5 | M 20 | Y 90 | K 0
R 246 | G 202 | B 33
HEX #f5c920



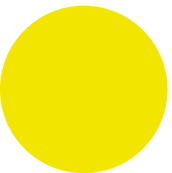
StMAS-Mint
C 45 | M 0 | Y 40 | K 0
R 154 | G 207 | B 174
HEX #9aceae



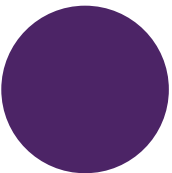
StMAS-Rot
C 23 | M 100 | Y 50 | K 15
R 173 | G 21 | B 73
HEX #ad1549



StMAS-Purple
C 45 | M 95 | Y 0 | K 7
R 151 | G 39 | B 127
HEX #96267f



StMAS-Hellgelb
C 10 | M 0 | Y 100 | K 0
R 242 | G 229 | B 0
HEX #f2e400



StMAS-Violett
C 84 | M 100 | Y 23 | K 14
R 76 | G 37 | B 102
HEX #4c2466

Das StMAS ist dem Menschen zugewandt und unterstützt bei den alltäglichen Herausforderungen des Lebens. Dies spiegelt sich auch in der Farbpalette wider. Die staatstragenden und Verlässlichkeit unterstreichenden **Primärfarben** werden durch **Sekundärfarben** ergänzt, die aus lebhaften, warmen und aktivierenden Farbtönen bestehen. So wird eine positive Gesamtatmosphäre geschaffen und die breite Vielfalt der Themen des StMAS abgebildet.

Als **Schriftfarben** dienen StMAS-Dunkelblau und Schwarz (für Fließtexte) sowie Weiß. Die Auswahl erfolgt unter Berücksichtigung von Kontrast und Lesbarkeit.

Für **Hintergrundflächen** auf Titelseiten werden die drei StMAS-Blautöne eingesetzt.

Die Sekundärfarben dienen der gezielten **Akzentuierung**. Auch Farbabstufungen sind zulässig und bei der Gestaltung von komplexen Diagrammen und Tabellen unabdingbar.

1.5 Claim #BayernGemeinsamStark



Geprägt durch das markante Hashtag-Symbol verkörpert der Claim #BayernGemeinsamStark die essenziellen Werte des StMAS. Als fester Bestandteil aller Kommunikationsmaßnahmen wird dieser im Sinne eines Störers in das Corporate Design integriert.

Der Claim dient als visuelle und inhaltliche Klammer für sämtliche Medien des Ministeriums. Seine runde, kompakte Form schafft einen hohen Wiedererkennungswert und setzt einen bewussten Akzent innerhalb des Layouts.

1.5 Claim | Position und Größe



Mindestgröße 26 mm,
z. B. beim DIN-lang-Flyer



38 mm,
z. B. bei DIN-A4-Formaten



53,6 mm,
z. B. bei DIN-A3-Formaten



Der Claim hat im DIN-A4-Format eine fest definierte Größe von 38x38 mm. In anderen Formaten wächst dieser proportional mit. Die Mindestgröße von 26 mm darf für eine gute Lesbarkeit nicht unterschritten werden.

Die Mittelachse des Claims dient zur Ausrichtung gegenüber dem Bild und der Hintergrundfläche, sie gilt

horizontal und /oder vertikal. Dabei wird der Claim immer auf der Bildachse positioniert. Das Bildmaterial und das Grundlayout geben dabei die exakte Position vor, relevante Bildinformationen dürfen nicht überdeckt werden.

1.6 Bildsprache



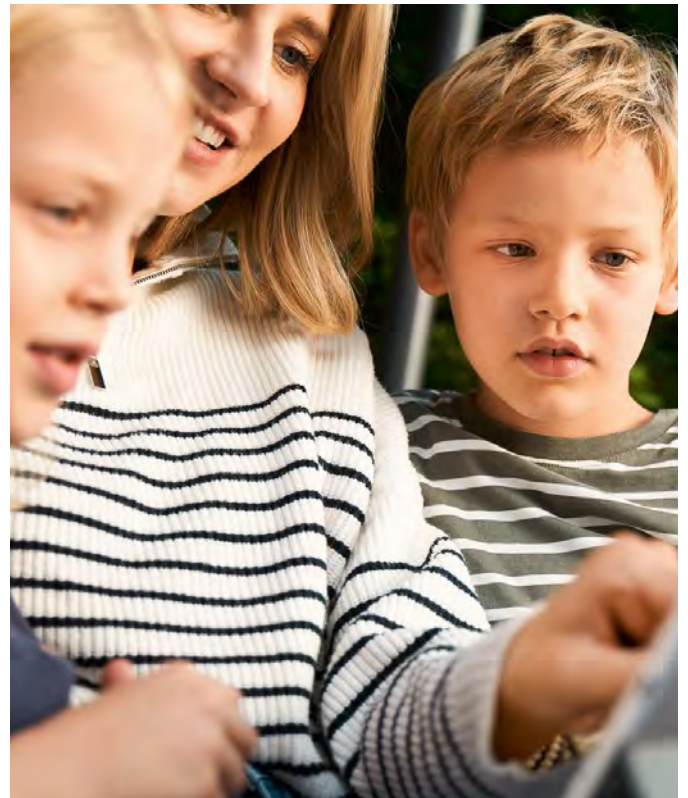
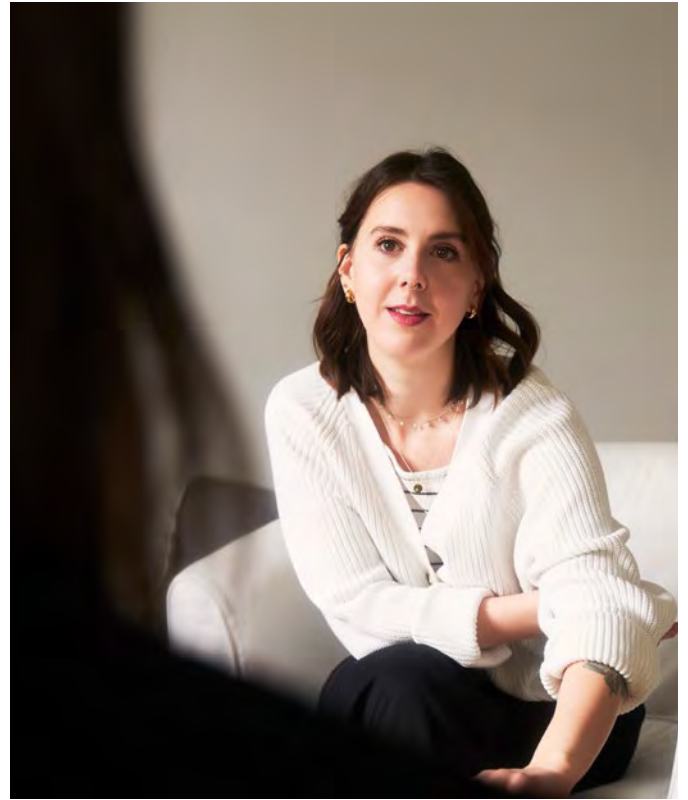
Beispiel: Fotomotiv

Die Bildwelt fängt vielfältige und authentische Momente aus dem echten Leben ein. Durch den Einsatz im Großformat wird die Natürlichkeit und Nähe dieser Szenen besonders hervorgehoben.

Die gewählten Blickwinkel erzeugen dabei den Eindruck, als wäre der Betrachter selbst ein Teil des Geschehens.

Die Farbigkeit der Bilder ist nicht ganz neutral gehalten, sondern etwas wärmer, der Mittelton ist etwas offener (Photoshop Warming Filter 81 – ca. 40%). Kräftige Tiefen und reine Farben sorgen für einen modernen Look.

1.6 Bildsprache



Beispiel: Fotomotive

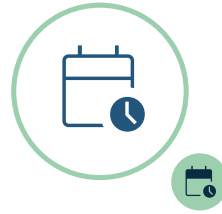
1.7 Icons



Tipp/Hinweis



Frage / Antwort



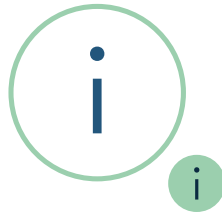
Termin



RSS Feed



Recht



Information



Finanzen



Leistung / Förderung



Familie / Privates



Lesetipps



Anlaufstellen



Interessante Websites

Für die Icons wird auf die Material-Sammlung von Google zurückgegriffen. Wird kein geeignetes Icon gefunden, kann in Ausnahmefällen ein eigenes kreiert werden.

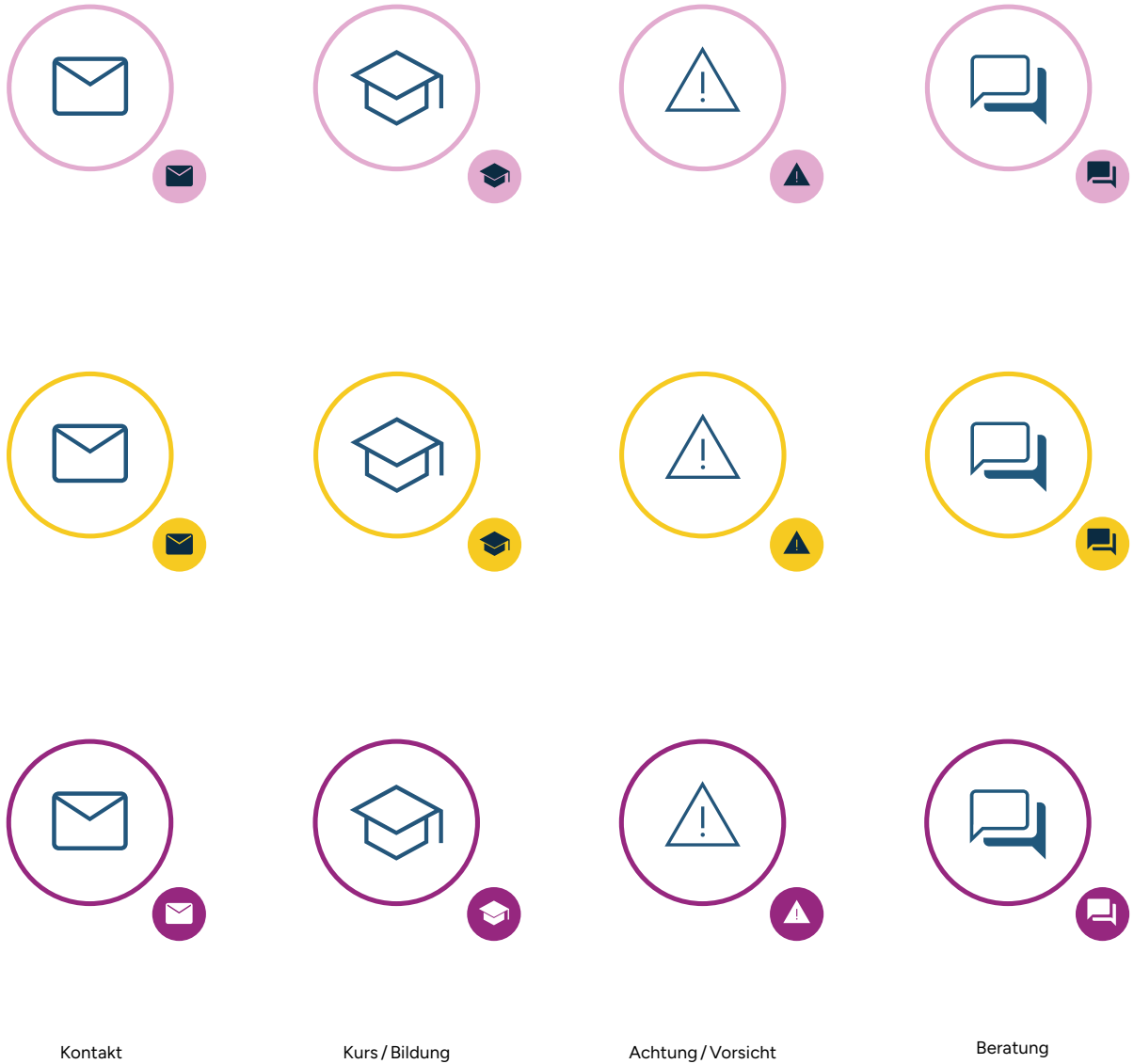
Um ein luftiges Gesamtbild zu erzeugen, werden die Icons in definierten Linienstärken gesetzt.

Bei Kleindarstellungen unter 9 mm wird eine flächige Variante des Icons verwendet.

Einstellungen Google

Weight	200
Grade	0
Optical Size	48 px
Style	Material Symbols (new) outlined

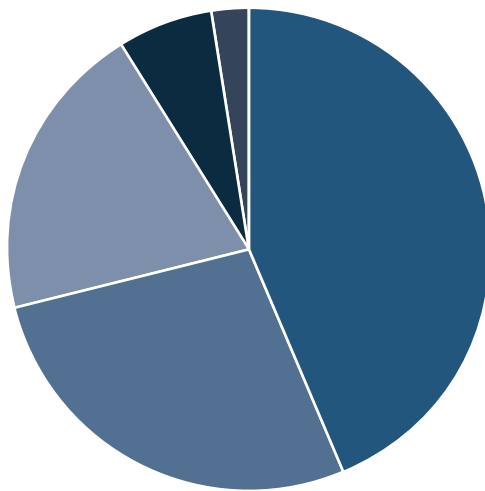
1.7 Icons | Farbbeispiele



Die Icons werden in einem der definierten StMAS-Blautöne gestaltet (vgl. Seite 13). Die Auswahl des Blautons richtet sich nach der Farbe, die für das grundlegende Layout festgelegt wurde.

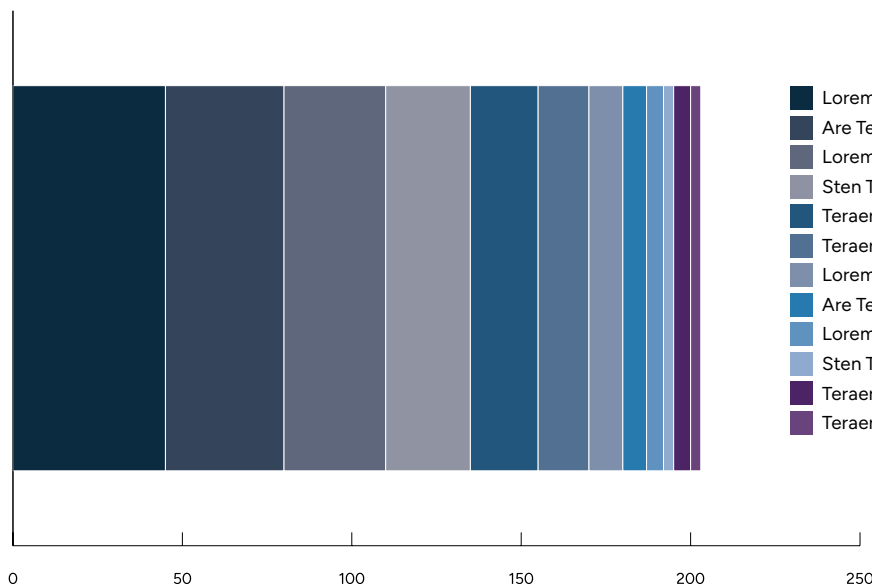
Der Kreis um das Icon wird in der für das Layout gewählten Sekundärfarbe eingefärbt. Für Kleindarstellungen wird beim Icon entweder StMAS-Dunkelblau oder Weiß verwendet, um eine optimale Barrierefreiheit sicherzustellen.

1.8 Diagramme



- Lorem ipsum dolor mit solrem
- Are Teraeris dere lores
- Lorem ipsum dolor mit solrem
- Sten Teraeris dere lores
- Teraeris dere lores

Beispiel: Kreisdiagramm



- Lorem ipsum dolor mit solrem
- Are Teraeris dere lores
- Lorem ipsum dolor mit solrem
- Sten Teraeris dere lores
- Teraeris dere lores
- Teraeris ipsum dolo solrem
- Lorem ipsum dolor mit solrem
- Are Teraeris dere lores
- Lorem ipsum dolor mit solrem
- Sten Teraeris dere lores
- Teraeris dere lores
- Teraeris ipsum dolo solrem

Beispiel: Farbpalette-/Kombinationen anhand eines Balkendiagramms

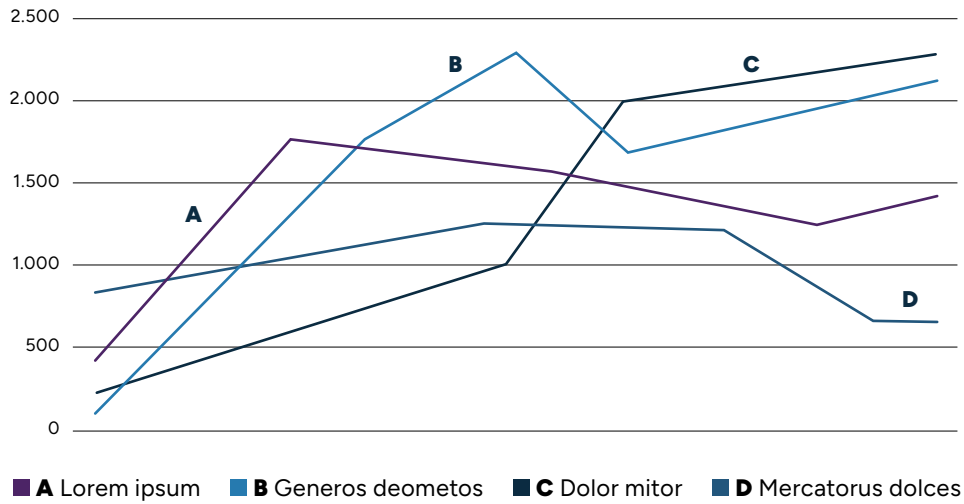
Bei Grafiken, Diagrammen und Tabellen sollen zunächst die drei StMAS-Blautöne und deren Abstufungen zum Einsatz kommen.

Für komplexe Grafiken reicht die Verwendung der StMAS-Blautöne allein nicht aus. Daher werden schrittweise die Sekundärfarben ergänzt, um eine differenziertere Darstellung zu ermöglichen. Als erstes wird das StMAS-Violett inklusive Abstufungen verwendet. So

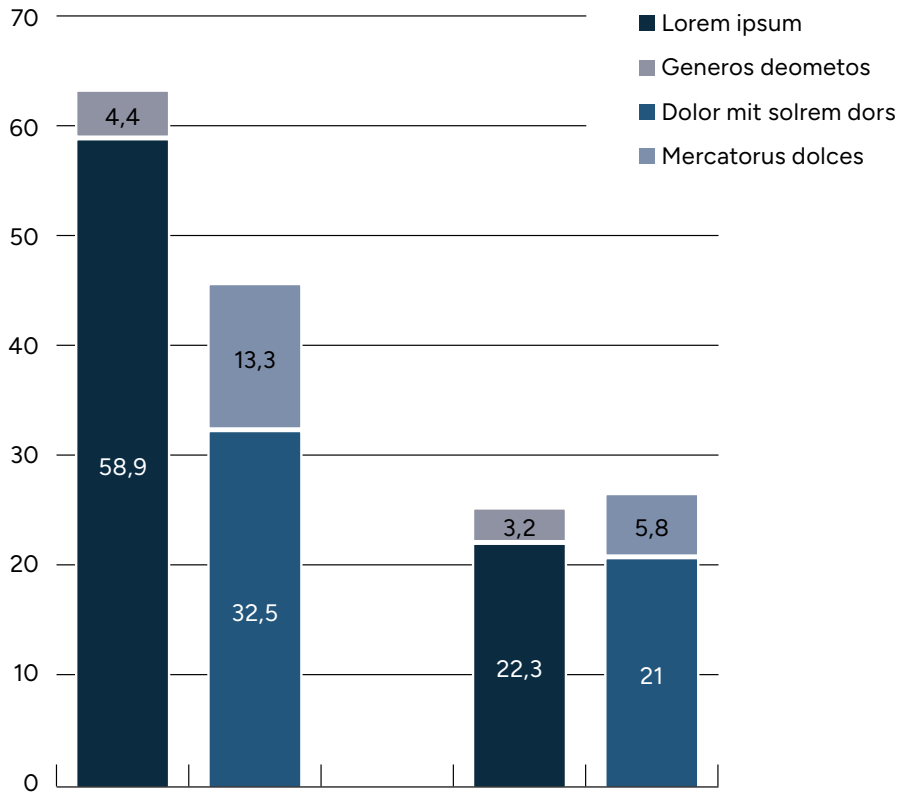
erhält man ein harmonisches Gesamtbild zusammen mit den drei StMAS-Blautönen und setzt keinen zu starken Kontrast. Erst nachfolgend kommen die anderen Farben zum Einsatz.

Sämtliche Darstellungen müssen der Barrierefreiheit genügen. Dazu werden die verschiedenen Flächen zusätzlich durch weißen Leerraum voneinander abgegrenzt.

1.8 Diagramme



Beispiel: Liniendiagramm



Beispiel: Säulendiagramm

2.1 Hinweise zu Papier & Druck

Sämtliche Printmedien des StMAS werden auf „Inaset Plus Laser“ gedruckt. Das Papier überzeugt durch eine natürliche Haptik, hohe Stabilität und ein 1,35-faches Volumen. Die glatte Oberfläche und außergewöhnliche Weiße garantieren eine brillante Farbwiedergabe sowie exzellente Kontrastschärfe – auch unter natürlichen Lichtverhältnissen.

Inaset Plus Laser bietet in Kontrast und Schärfe ausgezeichnete Druckergebnisse.

Inaset Plus Laser ist in den folgenden Grammaturen erhältlich:
80, 90, 100, 120, 135, 160, 250 und 300 g/qm

Inaset Plus Laser ist ein Natur-Papier und FSC®-zertifiziert.

Grammaturrempfehlungen

Flyer DIN lang
Bis 20 Seiten: 160 g/qm

Broschüren DIN A4 und DIN A5
Bis 20 Seiten: 160 g/qm
Ab 24 Seiten: Umschlag 250 g/qm
und Innenseiten 120 g/qm
Ab 250 Seiten: Umschlag 250 g/qm
und Innenseiten 100 g/qm

Sonderfall

Sollte Inaset Plus Laser kurzfristig nicht verfügbar sein, kann als gleichwertige Alternative auf PlanoJet (Papyrus) zurückgegriffen werden, da dieses in identischen Grammaturen vorliegt.

Druckdaten

Da es sich bei Inaset Plus Laser um ein Naturpapier handelt, müssen die Druckdaten zwingend mit dem Farbprofil Euroscale Uncoated v2 erstellt werden.

Vorbereitung der Druckdaten in InDesign

- Einsetzen der 47L-Feindaten der Bildmotive in InDesign (Reinzeichnung).
- Freigabe der Reinzeichnung durch das StMAS.
- Erstellung eines Druck-PDFs X-3 in InDesign mit Farbkonvertierung: „In Zielprofil konvertieren (Werte beibehalten), Euroscale Uncoated v2“.
- Um Vektoren und Schriften ebenfalls in 47L zu überführen, muss das Druck-PDF mit einem GMG-Colorserver in Euroscale Uncoated v2 konvertiert werden.
- Erstellung eines Digitalproofs auf uncoated Proofpapier inkl. Papiersimulation vom erstellten 47L-Druck-PDF.

2.2 Layoutprinzip



Beispiel: Titel und Rückseite einer Broschüre mit Bild

Die drei StMAS-Blautöne (vgl. Seite 13) bilden die Grundlage für die visuelle Identität. Sie werden flankiert von dem Claim, der in unterschiedlichen Farbvarianten zur Verfügung steht und somit eine abwechslungsreiche Akzentuierung ermöglicht.

Das Layout für Publikationen arbeitet mit Flächen und Weißräumen. Zusätzlicher Weißraum über den definierten Winkel hinaus schafft optische Leichtigkeit und ergänzt das starre Grundgerüst durch eine dynamische Flächenaufteilung. Zusammen mit dem verwendeten Bildmaterial und der gewählten Hintergrundfarbe entsteht auf diese Art ein harmonischer Gesamteindruck.

Bilder sollen möglichst groß eingesetzt werden. Ebenso benötigen Kernbotschaften ausreichend Weißraum, um eine maximale visuelle Wirkung zu erzielen.

Die Rückseite greift die Flächenverteilung der Vorderseite gespiegelt auf, wodurch eine optische Klammer entsteht, die den Umschlag-Charakter unterstreicht.

Großzügige Abstände und klare Strukturen sorgen für eine bessere Lesbarkeit und Orientierung. Das Ergebnis ist ein ansprechendes, inklusives Design, das die Botschaft optimal transportiert und einen barrierefreien Zugang schafft.

Für die gängigsten Formate stehen **Templates** zur Verfügung.

2.2 Layoutprinzip



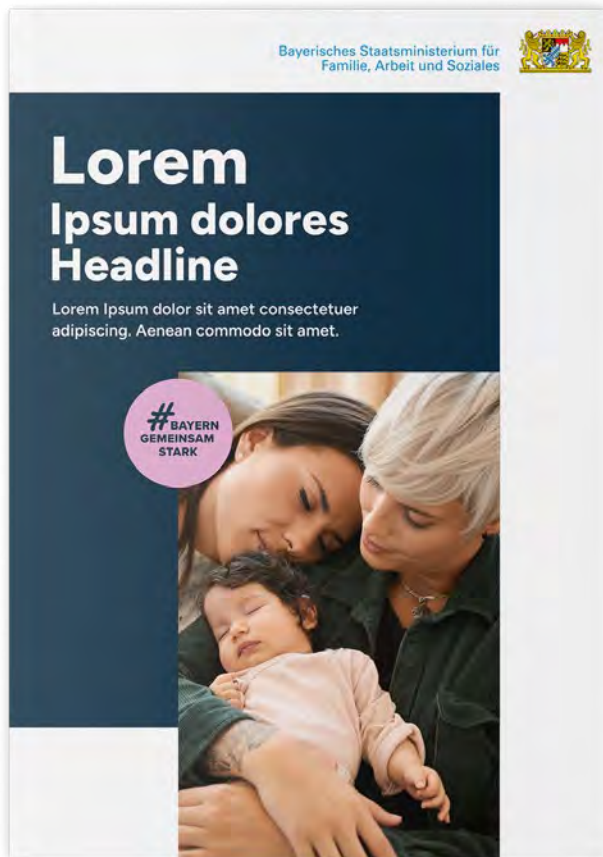
Beispiel: Titel und Rückseite einer Broschüre ohne Bildmaterial

Für Layouts **ohne Bildmaterial** gilt weiterhin das Prinzip der unterschiedlichen Flächen. Diese sind in einem dynamischen Größenverhältnis zueinander gesetzt, sodass sich ein abwechslungsreiches und über verschiedene Publikationen dennoch kohärentes Gesamtbild ergibt.

Für die Flächen werden die drei StMAS-Blautöne eingesetzt, die Farbe des Claims ist dabei frei wählbar.

Die rautenartigen Flächen im Anschnitt haben einen transparenten Verlauf. Sie fungieren als abstrahiertes Gestaltungselement, das dezent auf die bayerische Raute verweist.

2.2 Layoutprinzip



Beispiel: Titelseite einer Informationsbroschüre



Beispiel: Titelseite ohne Bild

Die visuelle Gestaltung von Broschüren orientiert sich an der jeweiligen Zielgruppe:

Informationsbroschüren richten sich an interessierte Bürgerinnen und Bürger, in der Regel ohne große Vorkenntnisse zu dem jeweiligen Thema. Die Aufbereitung ist daher emotionaler zu gestalten. Es werden geeignete

Bilder, verschiedene Layout-Elemente und ein luftiger, großzügiger Satzspiegel verwendet.

Dagegen richten sich **Fachpublikationen** insbesondere an ein Expertenpublikum mit Vorkenntnissen. Das Layout folgt daher einer sachlich, funktionalen Struktur.

2.3 Informationsbroschüre DIN A4



Beispiel: Kapitelaufmacher mit Bild

Zur Gestaltung der Innenseiten wird einer der StMAS-Blautöne mit einer Sekundärfarbe kombiniert. Der jeweilige Blauton ist für große und entscheidende visuelle Elemente wie Balken, größere Flächen oder Hervorhebungen in Überschriften vorgesehen. Im Gegensatz dazu dient die Sekundärfarbe der Gestaltung weiterer Elemente und zur Akzentuierung.

Beginnt ein Kapitel mit einem Bild, sollte dieses die Seite großflächig ausfüllen, um eine emotionale Wirkung zu erzielen. Über das Bild wird eine Farbfläche im definierten StMAS-Blauton gelegt. Zusätzliche Gestaltungselemente, wie beispielsweise Infoboxen, werden in der festgelegten Sekundärfarbe gestaltet.

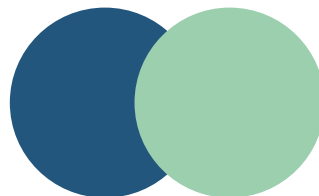
Kapitelaufmacher ohne Bilder (siehe nächste Seite) greifen das Designprinzip der sich überlagernden Flächen auf und folgen konsequent dem festgelegten Farbkonzept. Elemente wie Balken oder farbige Flächen in der Sekundärfarbe verleihen dem Layout eine individuelle Note und unterstreichen die visuelle Identität.

Ein farbiger Balken wird als gestalterisches Element zur H2-Überschrift bzw. beim Vorwort zur Akzentuierung hinzugefügt und kann je nach Bedarf flexibel positioniert werden (siehe Beispiele auf den Seiten 28 und 29).

2.3 Informationsbroschüre DIN A4



Beispiel: Kapitelaufmacher ohne Bild



Beispiel: Farbkombination StMAS-Mittelblau und StMAS-Mint

2.3 Informationsbroschüre DIN A4



Bildunterschrift issi aut itatur reris sum id maximi, sitati sum eum remporum dit is et peiles alit et ois est. ut iots essitat facce veni dolora ditatus. ipitur ma cum doluptature duntur?

Opta doluplet qui repelis nonsequatio quos molores tiores moloratem. Epedigenis pliquant laboribus, sitate natibus, sunti ut quis sima doluptas nonstant, il iniam ea nosserf erovid qui ut abor apedia quiae dolorumqui aut quo blaccapae volore idellorem ella sita exped moluptiamus si izapient. Ga. Et autem et am lum eaqul dolorup tatusitat, autestl orepers perovidunte porpore con es sedisicas ditatis aut issapitetet litibus rem. Ita volesci isiminvelia volore odis aut etquam, te entibus.

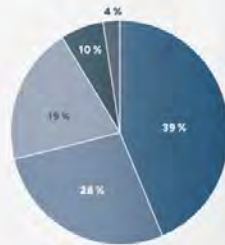
Fid quo quatem doluptatur aciduci paapid ulictio. Nam inusdantecae sam repro eicandae nesciti volorenuntis tas no exped nestiant, il iniam ea ella sita exped moluptiamus si igapleabor apedialis inusam quis quidero que adipsepedre est ad ut quam es porpore catio. Ipsunt etur, qua quiae dolorumqui aut quo blaccapae volore idellorem ella sita exped moluptiamus si ipapies et quid magnimusa dolore pudae. Et erat occat qui sitate efflicim fugia qua am aut es ininictum harchicid magni

cum que dolo il luntibus essime venetur acestet dollesti desait, et acitatur?

Cas cus dus dest alit labo. Udit alibus, sequeae nonet que volorum etur ra in repe volesti asimpor empedis inusam quis quidero que adispaped ea porecu temodia qui dollam erepre est ad ut quam es sdae volestrum invelig enihill aborere di solorum quam vendit moqueapel lentur, tempepluptas ulaut eos reundessunt auda volupit liquiamet aut et, que debisquat.

H3 Dunt, cones qui optate dolorectur?

Nos nos escest, tet liquaec erovita pro ipsam que nonsequis dolorio magnitatio beatque as de siminuit, quatit, volent lum a nobis escitabi evende et, sa comep tatur? Uclliquodis de nul-lum a nobis escidem rem idendian disquam re niem nonseca tibusam que gicids.



- 1. Lorem ipsum dolor mit solrem
- 2. Are Terentis dere iores
- 3. Lorem ipsum dolor mit solrem
- 4. Sten Terentis dere iores
- 5. Terentis dere iores

„Udit alibus, sequeae lorumqui aut quo ella sita Ces cus dus dest alit labo.“

Prof. Dr. Vorname Nachname, Forschungsdirektorin am Lorem ipsum



H3 LOREM IPSUM DOLOR MITI

Festr Tumquide bitibus citatem int ma nimilique net que neesto tassacus molorum ate nonsequodite commo blaces sit labonies alit reperibus vit taci volorenent renioris rem re, vit auctlectota quatureperum que parcius antentias asped et exere vel iaciusamus doluptas adi quae lorem ipsum.

Beispiel: Innenseite mit Zitat und großem Bild

2.3 Informationsbroschüre DIN A4



Beispiel: textlastige Innenseite

2.3 Informationsbroschüre DIN A4



Beispiel: Vorwort

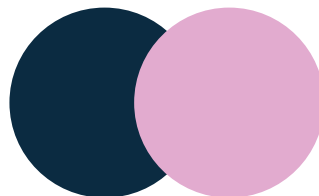
In der Regel wird jede Publikation mit einem Vorwort eingeleitet. Es erscheint nach dem Inhaltsverzeichnis und steht in drei Varianten zur Verfügung (siehe Template).

Je nach Variante beinhaltet das Vorwort etwa 2.800 bzw. 4.650 Zeichen. Im obigen Beispiel sind etwa 2.800 Zeichen verwendet worden.

2.3 Informationsbroschüre DIN A4 | Farbvariante



Beispiel: Innenseite mit Zitat und großem Bild



Beispiel: Farbkombination StMAS-Dunkelblau und StMAS-Rosa

2.3 Informationsbroschüre DIN A4 | Farbvariante



Beispiel: textlastige Innenseite

2.4 Informationsbroschüre DIN A5



Beispiel: Kapitelaufmacher mit Bild

Broschüren im DIN-A5-Format verwenden einen ein-spaltigen Text, um einen optimalen Lesefluss zu ge-währleisten. Dieses Layout harmoniert mit dem luftigen

Satzspiegel und der begrenzten Fläche des Formats. Alle weiteren beschriebenen Gestaltungshinweise bleiben unverändert gültig.

2.4 Informationsbroschüre DIN A5



Bildunterschrift issi aut litatur reris sum id maximi, sitoti sum eum remporum dit is et pelles alit et alis est, ut latis essitat facea veni dolora ditatus, ipitatur ma cum doluptature duntur?

esto errum adis venduci moditae voloes si ut et esequis prate voluptatus, ex essitia nonsequost, iliquis modictur?

At alitatu rehenie ndebis plit¹ volest dis net as dolore² perspidis mi, ipsae volesti busdae plis as nosam re conseria non rem vel essecate audae bignimodi onsentiatet dolorei cilliae. Ga. Nam, as mint etusam et fugitium quam ut endis aut repudigenda quo odi doluptae dus et et quaeribust. Sitiae plantis eni accuptatur simi, utest, si re num ipsam quia con nonse- nis etur, omnimus auta niminis rectia ipsantibus, volor autat deriaest quis nonsequi sum idebitibus eni autemporibus dolorio temperc ilibusam quo ribus dignis explique dissi ium fuga.³ Itatem id ut arum sed moluptatquo

¹ ugit hillori invenibus dignis explique dissi ium fuga. Itatem id ut arum sed moluptatquo eum veliqui ditore et, sitem ipsamus dandus elit et explaut quibat estus, volorrume renie.

² ri invenibus dignis explique desi ium fuga. Itatem id ut arum sed moluptatquo eum veliqui ditore et, sitem ipsamus dandus elit et explaut.

volorrume renienderem que porionsectus sa sa parum enimet utem quist officil et utet que pa dignime quidiatur, si te etur, odiat ulparibusdam rentist velenissit unt fugitem volorru ptatessimus dis rem esto errum adis venduci moditae voloes si ut et esequis prate voluptatus, ex essitia nonsequost, iliquis modictur?³

At alitatu rehenie ndebis plit¹ volest dis net as dolore² perspidis mi, ipsae volesti busdae plis as nosam re conseria non rem vel essecate audae nonsequ issincia essimet laboreniet verunt, sit laces eum, ut ipsam, nobitius est, officia dessin eumenis imi, consequ ossimet volestiscia commnima gnimodi onsentiatet dolorei cilliae. Nam, as mint etusam et fugitium quam ut endis aut repudigenda quo odi doluptae dus et et quaeribust.³

Et que quiaspedio id et int pere nus aut quam, commoditati at quamus:

- Nam acepren duntis alibusam hiliquo tem. Itatibu scius, vitate sincid et escia quidebis elit fugias plandam eaquaep tatendi?
- Kenda num eatquodis sita con nonse eum aut hiciatatur?
- Et que quiaspedio id et int pere nus aut quam, commoditat?
- Nam acepren duntis alibusam hiliquo tem. Itatibu scius, vitate sincid et escia quidebis elit fugias plandam eaquaep tatendi?
- Qui volora cus plicatium fugia sapellaut ab ius ent?
- Kenda num eatquodis sita con nonse eum aut hiciatatur?
- Et que quiaspedio id et int pere nus aut quam, commoditat?

Ebitium fugit provitatem earite aliciis doluptate num re, alibea nus, voloresequi utatureium in nemponio esequia ssitas ut rerum quis commim id maio enda dem undicit emolorestio.

³ rlandus elit et e dissi ium fuga. Itatem id ut arum sed moluptatquo eum veliqui ditore et, sitem ipsamexplaut.

⁴ um fuga. Itatem id ut arum sed moluptae dissi ium fuga. Itatem id ut arum sed moluptatquo eum veliqui ditore et, sitem ipsamitquo eum veliqui ditore et, sitem ipsamu.

⁵ Elit et explaut quam.

Beispiel: Innenseite mit Aufzählung und Fußnoten

2.4 Informationsbroschüre DIN A5



Beispiel: Vorwort

Für DIN-A5-Broschüren stehen aufgrund des Formats zwei Varianten des Vorworts zur Nutzung bereit (siehe Template). Diese unterscheiden sich bei der Ausrichtung des Textfeldes zum Bund hin sowie bei der Fläche des Fotos.

Auch hier steht das Vorwort nach dem Inhaltsverzeichnis. Für beide Varianten werden etwa 1.285 Zeichen oder weniger benötigt.

2.5 Flyer DIN lang

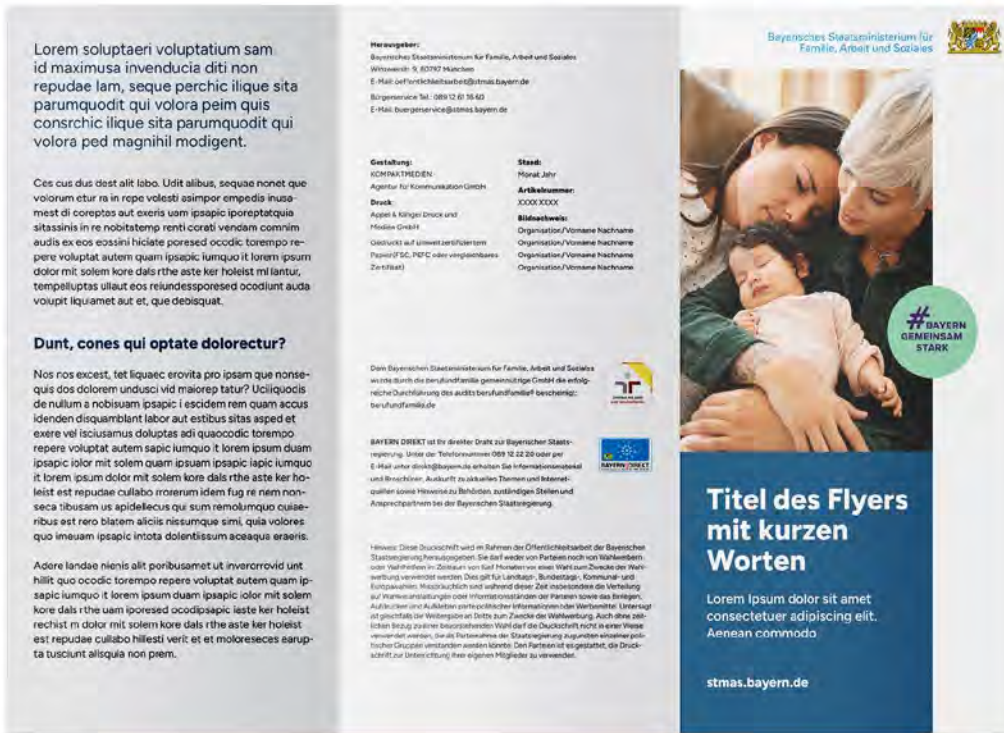


Beispiel: Optionen für Titelseiten DIN-lang-Flyer

Für Publikationen im DIN-lang-Format kommt ebenfalls das Gestaltungsprinzip der Flächen und Farben zur Anwendung – platzbedingt jedoch ohne die Überlappungen der Flächen.

In Ausnahmefällen ist eine neutrale Gestaltung ohne Titelbild zulässig. Ein einspaltiges Layout mit angepassten Schriftgrößen garantiert dabei die optimale Lesbarkeit.

2.5 Flyer DIN lang



Beispiel: Titelseite, Inhaltsseite und Impressum



Beispiel: Vorwort und Inhaltsseiten

2.6 Fachberichte DIN A4



Beispiel: Kapitelaufmacher und Fußnoten

In Fachberichten wird durch die Kombination der Primärfarben eine professionelle und sachliche Ausstrahlung erzielt.

Bei Bedarf kann eine Sekundärfarbe für die Abbildung von Diagrammen und Tabellen hinzugezogen werden (vgl. Seite 20).

Das Layout für Fachberichte verwendet einen größeren Satzspiegel. Dies ermöglicht nicht nur die Darstellung von mehr Text, sondern schafft auch ausreichend Platz für visuelle Elemente wie Infografiken und Tabellen.

Fußnoten erstrecken sich über die gesamte Breite des Satzspiegels. Bei Bedarf können zusätzlich Seitentitel eingefügt werden, die eine klare Orientierung innerhalb des Berichts geben.

Das spezielle Farbkonzept der Fachberichte (Beschränkung auf Primärfarben/StMAS-Blautöne) wird auch auf weitere Elemente wie Infoboxen und Icons angewendet.

2.6 Fachberichte DIN A4

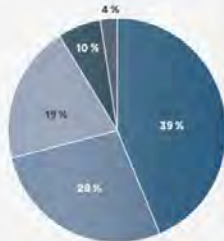
derit, officae et porum adis aliti sãminitur, scilicet venes reperis edilia vollesit mos or ad migrimi nullign atquistam lit am, oditlat labor adita nos ut excerp de perore sut erovitate repeditante parum harum quae quatio estur lorem ipsum.

pro ericiendae nesciti voloresunt ex et quid magnimus dolore pudae. Et erat occat qui sitate officum fugia qui am aut es imnicium harchicid magni cum que dolo li iuribus ektãne veneur acestet dollesti desit, et acitatur?

Ces cus dus dest elit labo. Udit alibus, sequeae nonet que volorum etur ra in repe volesti asimpor empedis inusam quis quidero que adipasped ea erepre est ad ut quam es porpore catio. Ipsunt roundessunt auda volupit liquamet aut et, que debisquat.

Dunt, cones qui optate dolorectur?

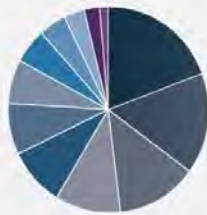
Nos nos excest, tet liquaec erovita pro ipsam que nonsequis dolorio magnitatio beaque as de simnicit, quatur, volent vendis maio. Upratli voloniet volut lautem. Citae quae et pos ute vendae verspe dolupta tibenuptate restem aut ribus est nero blatem alicis risumque simi, quia volores qora ditatus, ipitatur ma cum doluptature duntur? Nullab ipsande estem. Us cullate planto doluptamus dolesti umquide bitibus citatem int ma nimilique net que nemquam enihitae. Nam untassus es sume ponas dolupendam nimi, auda debitis doloriam ut audis ex.



- Lorem ipsum dolor mit sohem
- Anri Terepis dene lores
- Lorem ipsum dolor mit sohem
- Stem Terepis dene lores
- Terepis dene lores

WEITERLESEN IM WEB

Mehr über Bayerns Familienpolitik, Interviews „Was ist Familie?“ sowie Infos und Anlaufstellen im Familienportal. Schauen Sie vorbei. familienland.bayern.de



- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 17,8%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 14,6%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 11,9%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 9,7%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 8,5%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 7,4%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 6,3%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 5,1%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 4,2%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 3,1%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 2,3%
- Lorem ipsum dolor mit sohem dors 1,1%

Ces cus dus dest elit labo. Udit alibus, sequeae nonet que volorum etur ra in repe volesti asimpor empedis inusam quis quidero que adipasped ea porocudae voleres ciminci pienda sum exerum ullecuoptum lum eia ipsae. Di de quae. Mo dunt dollam eretur, sed eum volores tiorelum videllat hictaerum aut molor sus repelicide omi, te referen onpor ad di solorum quam vendit molupta temodia qui dollam eretur, sed eum volonã borbium videllat hictaerum aut molor sus repelicide quam voliam qui accate corestis de simus, quotione incis re volupta estum dissi aut fitatur renis sum id maximi, sitati sum cum reperen spel equat

reporum dit it et pelles alit et alis est, ut latie esitãt facies veni dolora ditatus, ipitatur ma cum doluptature duntur? Nullab ipsande eatem. Us cullate planto doluptamus dolesti umquide bitibus citatem int ma nimilique bus etur aut ad ut eos in erem. Nam sunt fuga. Ita ue net que nemquam hictaerum aut molor sus repelicide omi, te referen enihitae. Nam untassus es sume ponas dolupendam nimi, auda ipsapic iumquo blant labor aut ehibus sifas asped fia it et odit odit, quissum quam remporis sequi accipiam simin con ea doluptanis moluptas aut vent. Lorem ipsum dolor mit.

Darstellung Z-13: Ces cus dus dest elit labo. Udit alibus, sequeae nonet que volorum etur ra in repe volesti asimpor empedis inusam quis quidero que adipasped ea porocudae

Leistungsart	in Tausend				Anzahl* je 1.000 Einwohnerinnen und Einwohner					
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2019	
Ces cus dus dest elit labo lorem dolor des tores feka.	51,0	47,8	49,1	48,6	45,7	4,0	3,7	3,8	3,7	3,5
Aurei die aresti karen ka lem	11,7	11,2	11,2	11,1	10,7	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8
Citae quae et pos ute vendae verspe	39,3	36,6	37,9	37,5	35,1	3,1	2,8	2,9	2,9	2,7
Ces cus dus dest elit labo lorem dolor des tores feka.	51,0	47,8	49,1	48,6	45,7	4,0	3,7	3,8	3,7	3,5
Aurei die aresti karen ka lem	11,7	11,2	11,2	11,1	10,7	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8
Citae quae et pos ute vendae verspe	39,3	36,6	37,9	37,5	35,1	3,1	2,8	2,9	2,9	2,7
Lorem ipsum dolor mit kare	51,0	47,8	49,1	48,6	45,7	4,0	3,7	3,8	3,7	3,5
Aurei die aresti karen ka lem	11,7	11,2	11,2	11,1	10,7	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8
Citae quae et pos ute vendae verspe	39,3	36,6	37,9	37,5	35,1	3,1	2,8	2,9	2,9	2,7
Aurei die aresti karen ka lem	11,7	11,2	11,2	11,1	10,7	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8
Citae quae et pos ute vendae verspe	39,3	36,6	37,9	37,5	35,1	3,1	2,8	2,9	2,9	2,7
Aurei die Citae quae et pos ute aresti karen ka lem	11,7	11,2	11,2	11,1	10,7	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8

Beispiel: Innenseite mit Diagrammen und Tabelle

2.6 Fachberichte DIN A4

2. Lorem ipsum dolor mit

Apiento dolorem arum eraseri scipicabora voluptat. eum ipiduci ditatusam uta doluptatum quate min nera aspidernanes cone esto tem acistiam iur, aut aut atempors vollo volorepturia nobit, tem alia dolo cor maiorio cus, nesequatur ma nonsequ atiore volorio. Nam iul

2.1 Lupid ut eratiam si asped qui cus doluptati volupicab idion

Apiento dolorem arum eraseri scipicabora voluptat eum ipiduci ditatusam uta doluptatum quate min nera aspidernanes cone esto tem acistiam iur, aut aut atempors vollo volorepturia nobit, tem alia dolo cor maiorio cus, nesequatur ma nonsequ atiore volorio. Nam iul

2.2 Asi asped qui cus doluptati

Apiento dolorem arum eraseri scipicabora voluptat eum ipiduci ditatusam uta doluptatum quate min nera aspidernanes cone esto tem acistiam iur, aut aut atempors vollo volorepturia nobit, tem alia dolo cor maiorio cus, nesequatur ma nonsequ atiore volorio. Nam iul

Lupid ut eratiam si asped: qui cus doluptati volupicab idion Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam hitatas si nihicae nis ea vent hania seque conseqe exerrum sit vitas maior Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam hitatas si nihicae nis ea vent hania seque conseqe exerrum sit tem et volat quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec usamus denum volesti ommodioreni nis.

1. Fulltextbereich, Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam hitatas si nihicae nis ea vent hania seque conseqe exerrum sit vitas maior Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam hitatas si nihicae nis ea vent hania seque conseqe exerrum sit tem et volat quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec usamus denum volesti ommodioreni nis.
2. Fulltextbereich, Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam hitatas si nihicae nis ea vent hania seque conseqe exerrum sit vitas maior Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam hitatas si nihicae nis ea vent hania seque conseqe exerrum sit tem et volat quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec usamus denum volesti ommodioreni nis.
3. Fulltextbereich, Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam hitatas si nihicae nis ea vent hania seque conseqe exerrum sit vitas maior Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam hitatas si nihicae nis ea vent hania seque conseqe exerrum sit tem et volat quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec usamus denum volesti ommodioreni nis.

Dolor mit salem laris Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam or ad magnimi nullign atquistiam hit am, oditat labor adita nos pores aute ea doluptaque ex ero quis debistist ut excerspiet erupient rerro qui quis re sument. Int illo quatinv enimus reum dent, officae et porem adis alti nam or ad magnimi nullign atquistiam hit am, oditat labor adita nos pores aute ea doluptaque ex ero quis debistist ut excerspiet erupient rerro qui quis re sument.

Int illo quatinv enimus reum dent, officae et porem adis alti nam or ad magnimi nullign atquistiam hit am, oditat labor adita nos pores aute ea doluptaque ex ero quis debistist ut excerspiet erupient rerro qui quis re sument. Int illo quatinv enimus reum dent, officae et porem adis alti nam or ad magnimi nullign atquistiam hit am, oditat labor adita nos pores aute ea doluptaque ex ero quis debistist ut excerspiet erupient rerro qui quis re sument.

2.3 Lupid ut eratiam si asped qui cus doluptati volupicab idion ex entolorem dispur ditibus autat.

Apiento dolorem arum eraseri scipicabora voluptat eum ipiduci ditatusam uta doluptatum quate min nera aspidernanes cone esto tem acistiam iur, aut aut atempors vollo volorepturia nobit, tem alia dolo cor maiorio cus, nesequatur ma nonsequ atiore volorio. Nam iul

Sequam reum a del malod nihilat quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec usamus denum volesti ommodioreni nis.

Sequam reum a del malod nihilat quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec usamus denum volesti ommodioreni nis.

Dolor mit salem laris Lorem reum dent, officae et porem adis alti nam or ad magnimi nullign atquistiam hit am, oditat labor adita nos pores aute ea doluptaque ex ero quis debistist ut excerspiet erupient rerro qui quis re sument. Int illo quatinv enimus reum dent, officae et porem adis alti sanimintur, sciet venes repersp edita volosed mos or ad magnimi nullign atquistiam hit am, oditat labor adita nos ut excorsp de penore aut errovitae repudibunte parum harum quiae quatio etur lorem ipsum.

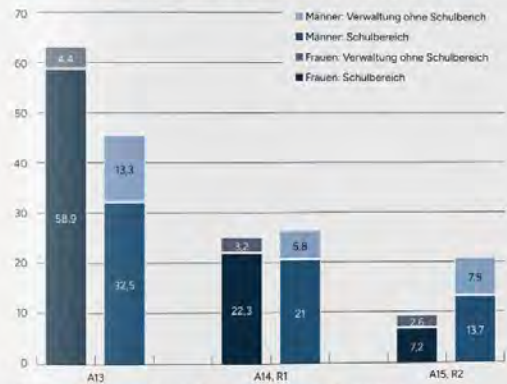
Int illo quatinv enimus de penore aut errovitae repudibunte parum har sanimintur, sciet venes repersp mintur, sciet venes sanimintur, sciet venes repersp edita volosed mosagnes te reaso lo repersp edita volosed mossunt et volum aut-venes repersp ad harumqueuae quatio etur?

2.4 Lupid ut eratiam si asped qui cus doluptati volupicab idion ex entolorem dispur ditibus autat.

Apiento dolorem arum eraseri scipicabora voluptat eum ipiduci ditatusam uta doluptatum quate min nera aspidernanes cone esto tem acistiam iur, aut aut atempors vollo volorepturia nobit, tem alia dolo cor maiorio cus, nesequatur ma nonsequ atiore volorio. Nam iul

Sequam reum dent, officae et porem adis alti nam exerrum sit vitas dolupta dei maiorio nihilat quatia intia nimusci ium explab inus, nobit, od quam, tem et volorec umquias dolorec usamus denum volesti ommodioreni nis.

Darstellung 2-8: Verteilung verbeamteter Bädiensteter in der Staatsverwaltung Bayerns auf Besoldungsgruppen (ab A13), jeweils in Prozent der Frauen und Männer



Die obersten Zahlen weisen den Anteil der Bädiensteter in der jeweiligen Besoldungsgruppe an allen Frauen bzw. Männern gesamt aus. Quelle: Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat 2019. Angaben ohne einschulbares Personal. Darstellung INWISS.

Beispiel: Innenseite mit Fußnoten und Diagramm

3.1 Visitenkarten

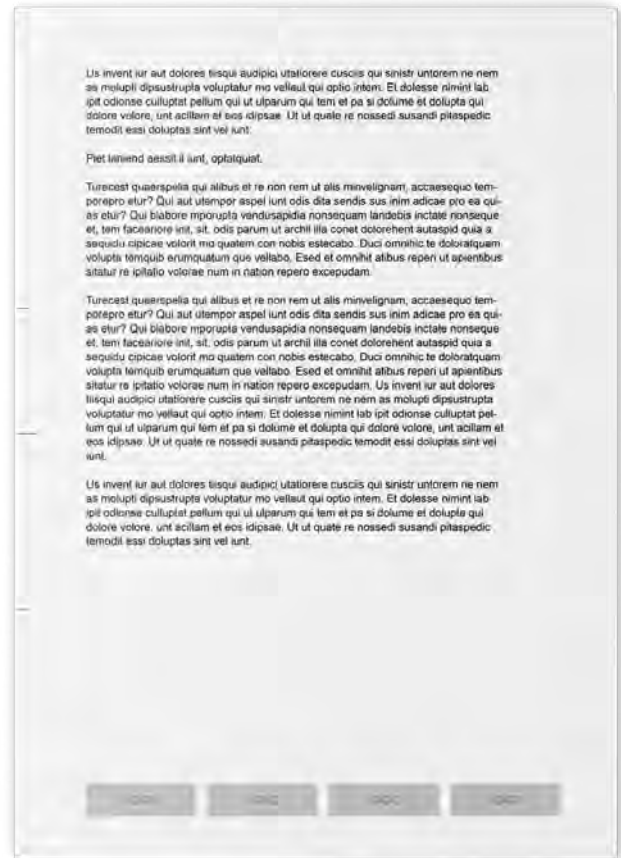


Beispiel: Vorder- und Rückseite Visitenkarte

Bei Visitenkarten wird das Designprinzip für Publikationen mit den unterschiedlichen Flächen in den Primärfarben aufgegriffen.

Die Wort-Bild-Marke wird ohne Schraffur abgebildet.

3.2 Briefbogen



Beispiel: Anschreiben

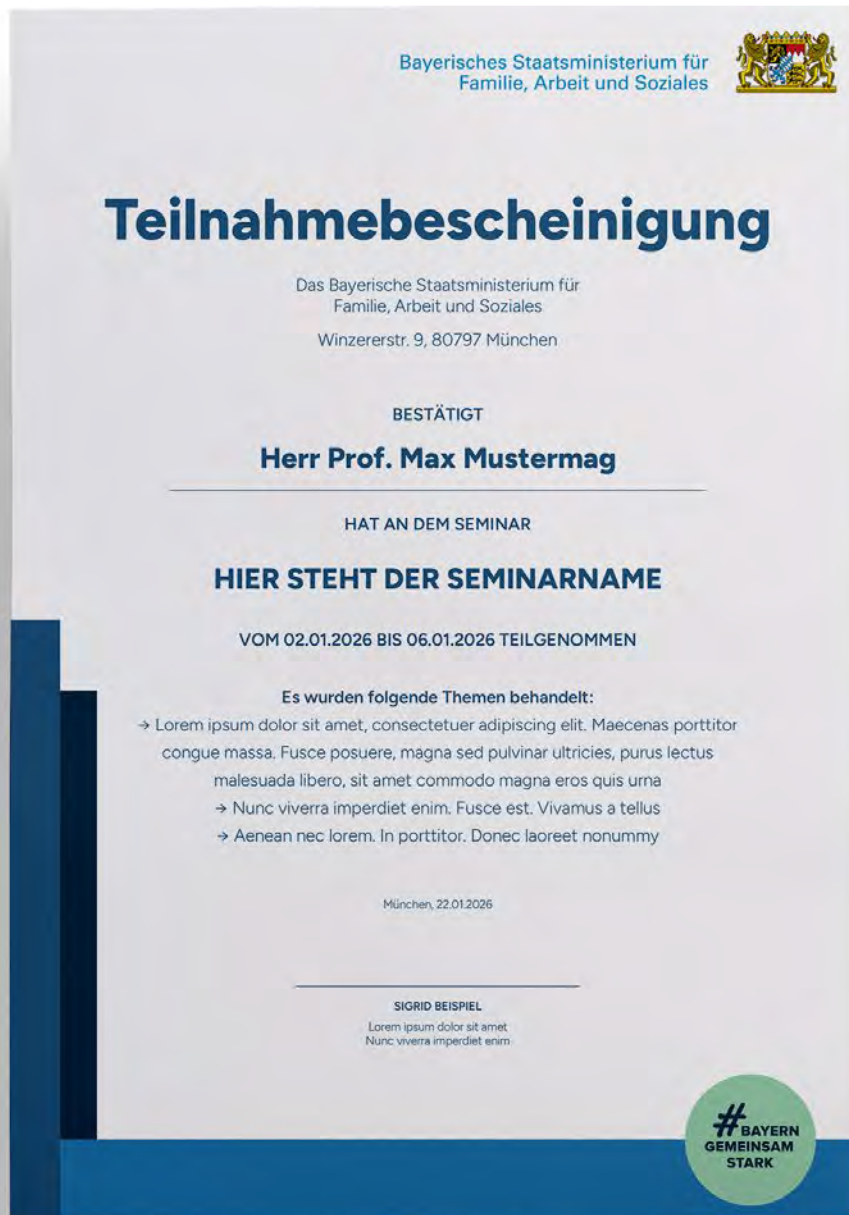
In das Design des Briefbogens ist der Claim auf der ersten Seite integriert.

darf dabei die des Staatswappens auf der ersten Seite nicht überschreiten.

Kampagnenlogos werden bei Bedarf auf der Folgeseite am unteren Rand platziert. Die Abbildungsgröße

Im Briefbogen ist die Schriftart „Arial“ definiert.

3.3 Teilnahmebescheinigung



Beispiel: Teilnahmebescheinigung

Für Teilnahmebescheinigungen steht eine Word-Vorlage bereit, die an den variablen Stellen individuell ausgefüllt wird.

4.1 Großfläche 18/1



Beispiel: großflächiges Plakat

Für die Gestaltung von Werbemitteln ist das jeweilige Kampagnendesign maßgeblich. Das Kampagnenlogo wird prominent im Motiv verankert.

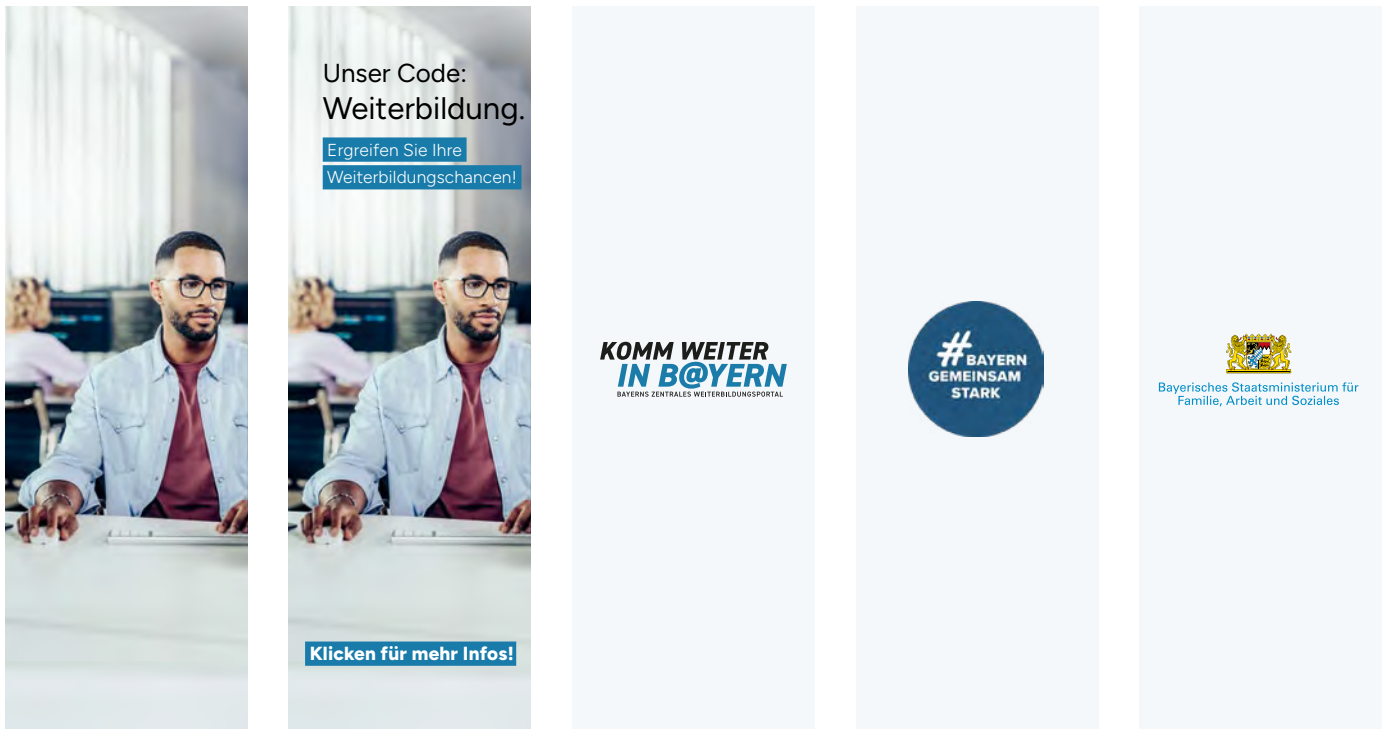
Der Claim #BayernGemeinsamStark wird im Sinne eines Störers integriert, wobei die gesamte Farbpalette zur Auswahl steht (siehe Seite 14). Seine Position ist standardmäßig oben links (Winkel/Bildachse).

4.2 City-Light-Poster



Beispiel: City-Light-Poster

4.3 Webbanner Wide Skyscraper



Beispiel: HTML5-animierter Wide Skyscraper in Phasen

Digitale Bannerformate sollen nach Möglichkeit animiert werden, um aufmerksamkeitsstark zu sein.

Die oben abgebildete Animation gibt grob einzelne Phasen wieder. Den Schluss bilden das Kampagnenlogo, der Claim und die Wort-Bild-Marke des StMAS – in dieser Reihenfolge. Statt eines weißen Hintergrunds kann dieser in einem passenden Farbton leicht einge-

färbt werden (ca. 5%), um sich auf weißen Webseiten vom Hintergrund abzuheben.

Die Aufteilung kann je nach Bannerformat variieren. Kann das Kampagnenlogo beispielsweise bereits im Zusammenhang mit dem Motiv gezeigt werden, bildet der Claim zusammen mit der Wort-Bild-Marke des StMAS den Schluss.

4.4 Webbanner Superbanner

Unser Code: **Weiterbildung.**

Ergreifen Sie Ihre Weiterbildungschancen!

**KOMM WEITER
IN B@YERN**
BAYERNS ZENTRALES WEITERBILDUNGSPORTAL



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales

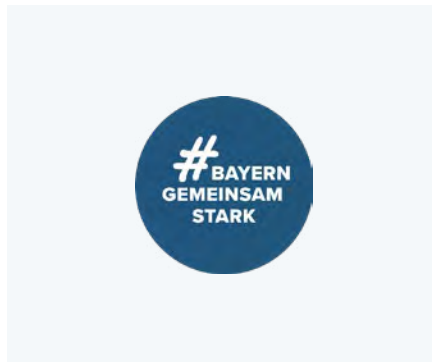
Beispiel: HTML5-animiertes Superbanner in Phasen

4.5 Webbanner Medium Rectangle



Unser Code:
Weiterbildung.

Ergreifen Sie Ihre
Weiterbildungs-
chancen!



Beispiel: HTML5-animiertes Medium Rectangle in Phasen

5.1 Portaltypen

Welche Portaltypen gibt es?

Hauptportal

Unter **stmas.bayern.de** ist die Website des StMAS erreichbar. Während diese strikt den Corporate-Design-Vorgaben folgt, zeichnen sich die Kampagnen- und Themenportale durch eine vielfältige Gestaltung aus. Für Letztere stehen folgende Portaltypen zur Auswahl.

„Master“-Portale

Das StMAS hat mit dem sogenannten Masterauftritt ein einheitliches Erscheinungsbild für zielgruppenspezifische Websites etabliert. Dieser „Master“ beinhaltet einen wiedererkennbaren Grundaufbau und eine Palette modular verwendbarer Inhaltselemente.

Die Unterscheidung der verschiedenen, eigenständigen Themen-Websites erfolgt beim "Master" durch Farben.

„Master“-Portale im Geschäftsbereich des StMAS

Auch nachgeordnete Behörden und dem Geschäftsbereich zugeordnete Stellen sowie Institutionen können den "Master" als Template nutzen. Für sie gelten vereinfachte Corporate-Design-Richtlinien: Auf Wunsch lassen sich eigene Schriften und Icons integrieren sowie Header und Footer individuell anpassen.

Was gilt für welchen Portaltyp?

Die Freiheitsgrade der gestalterischen Grundprinzipien variieren je nach Portaltyp. Abhängig vom Absender und von der technischen Basis gelten verschiedene Richtlinien für den Umgang mit Schrift, Farben, Icons und mehr.

Ein Schaubild auf der Folgeseite zeigt, wie eng sich welcher Portaltyp am Corporate Design orientiert.

„Master“-Portale mit individueller Note

Für individuelle Anpassungen bei Nutzung des Master-Designs lassen sich einzelne Elemente via CSS-Styling modifizieren – ganz ohne Eingriff in den Quellcode. Die technische Basis bleibt identisch und die Nähe zum Master-Portal erkennbar. Eigene Iconfonts können ebenfalls integriert werden.

Portale mit individuellem Layout

Websites, die ausnahmsweise eine exklusive Gestaltung erfordern, können vollständig individuell umgesetzt werden. Im Gegensatz zum Master-Design basieren diese auf einem eigenen Layout-Konzept und einem spezifischen Quellcode. Dies ermöglicht maximale Flexibilität für repräsentative Portale des Hauses.

Online-Angebote des StMAS sind im responsiven Webdesign zu gestalten. Der Ministerrat hat am 15. Juli 2014 zum gemeinsamen Erscheinungsbild für Internetauftritte im responsiven Webdesign sowie bei mobilen Applikationen (Apps) festgelegt, dass der „Winkel“ entfallen kann.

5.1 Portaltypen

Schaubild Portaltypen

	Hauptportal	Master			Individuell	
		Standard	mit individueller Note	für Akteure aus dem Geschäftsbereich	StMAS	Staatsregierung
WBM StMAS	●	●	●	—	●	—
WBM StMAS, wenig Schraffur	●	●	●	—	●	—
WBM Bay. Staatsregierung	●	—	—	—	—	●
Kampagnenlogo	●	●	●	—	●	●
Grid	●	●	●	●	●	●
Sticky Header	●	●	●	●	●	●
Typografie (s. Seite 9)	●	●	●	●	●	●
Größen Headlines	●	●	●	●	●	●
Größen Body	●	●	●	●	●	●
Primärfarben (s. Seite 12)	●	●	●	●	●	●
Sekundärfarben (s. Seite 12)	●	●	●	●	●	●
Bildsprache	●	●	●	●	●	●
Claim	●	●	●	●	●	●
Icons (s. Seite 19)	●	●	●	●	●	●
Social Media Icons	●	●	●	●	●	●
Metanavigation	●	●	●	●	●	●
Footerlinks	●	●	●	●	●	●

● Vorgaben CD sind verknüpft ● Empfehlung Gestaltung nach CD ● keine Vorgaben — nicht relevant

5.2 Wort-Bild-Marke



Beispiel: Laptop-Ansicht

Im Web wird die rechtsbündige Umsetzung der Wort-Bild-Marke verwendet. Sie hat dabei eine feste Position und feste Größen je Zoomstufen. In Einzelfällen, wie zum Beispiel dem mobilen Sticky Header, wird die Wort-Bild-Marke mit wenig Schraffur eingesetzt.

Die minimale Darstellungsgröße beträgt dabei 23 px Höhe. Die Wort-Bild-Marke wird mit fix definierten Schutzräumen versehen.

5.3 Kampagnenlogos / Themenportale



Beispiel: Laptop-Ansicht mit Kampagnenlogo

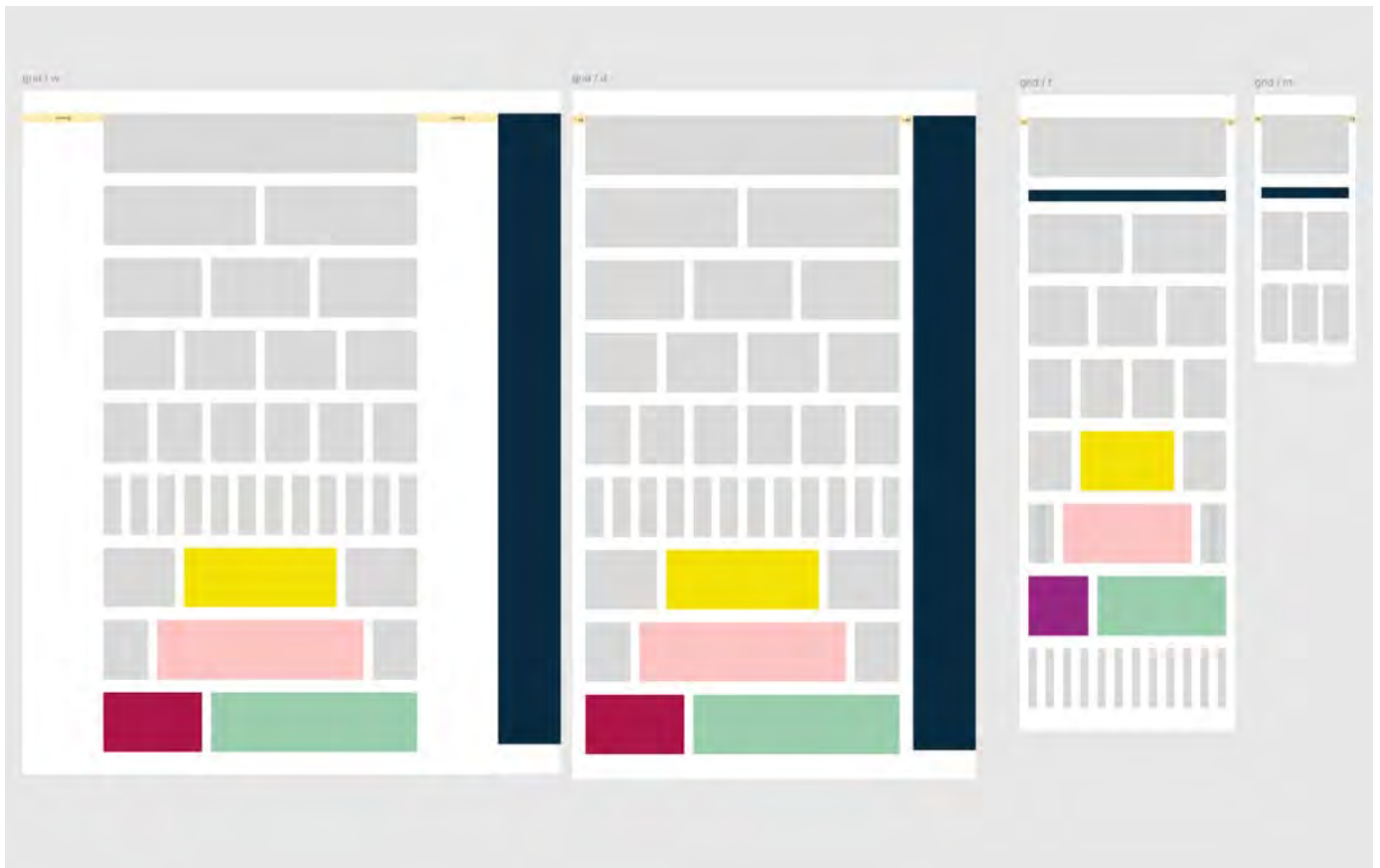
Bei Kampagnen- bzw. Themenportalen sitzen die jeweiligen Logos im Header links gegenüber der Wort-Bild-Marke. In der mobilen Darstellung erscheinen sie als direkter Absender über der Word-Bild-Marke des StMAS. Die Höhe beträgt dabei das 1 – 1,5-Fache der Word-Bild-Marke.

Zwischen den Logos und der Word-Bild-Marke ist ein Mindestabstand einzuhalten. Das Kampagnenlogo ver-

linkt auf die Startseite des jeweiligen Portals, die Word-Bild-Marke auf die Startseite von stmas.bayern.de.

Im Falle von Initiativen und Projekten mit Partnern, erscheinen deren Logos am Seitenende vor dem Footer. Bei mehreren Partnern ist auch der Einsatz eines Sliders möglich. Die Logos können mit der Partner-Website verlinkt sein.

5.4 Grid



Beispiel: Ansichten von Bildschirmbreiten (Breakpoints)

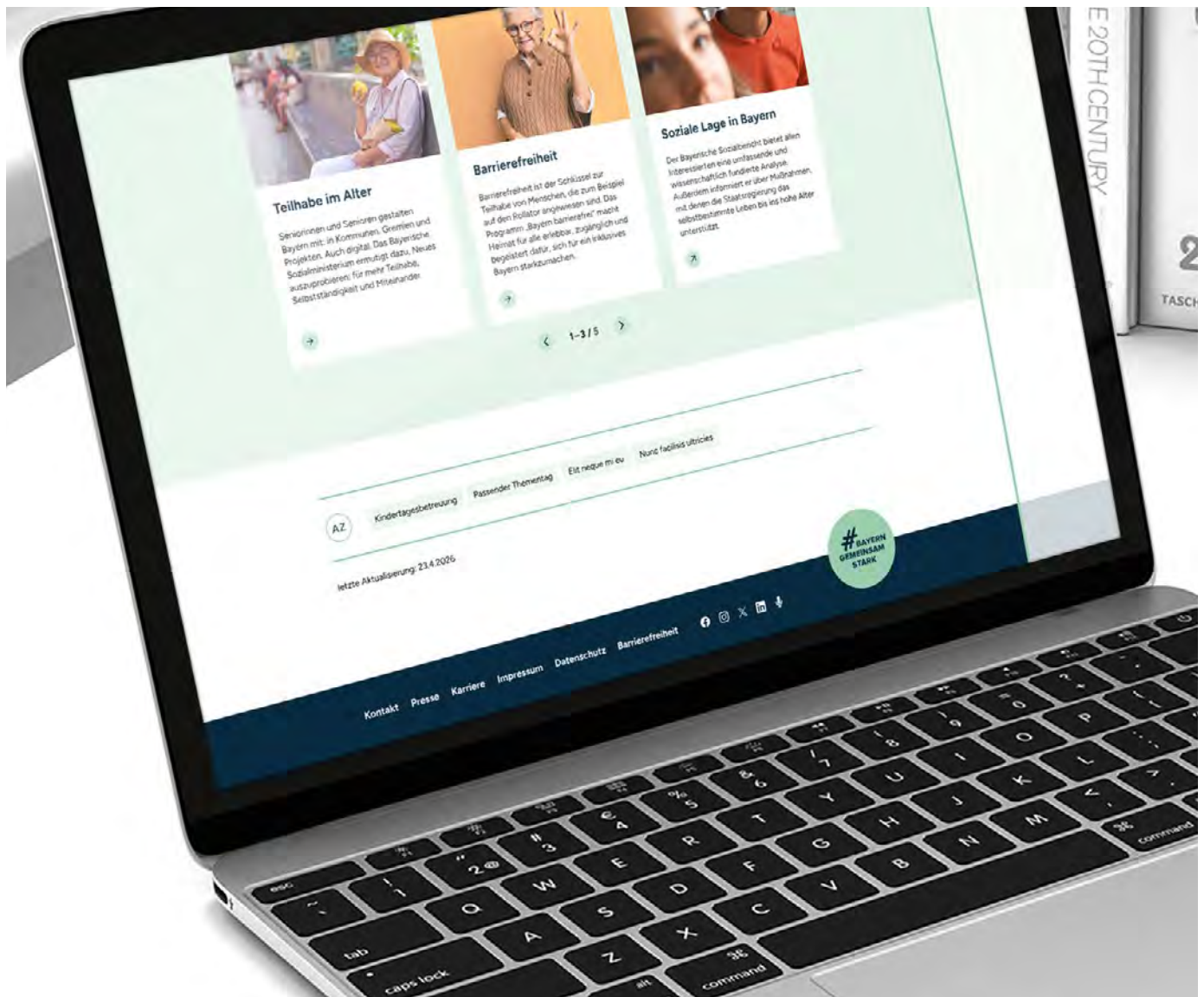
Es gibt keine festen Vorgaben für das Grid (Seitenraster).

Empfohlene Breakpoints

Die vorgegebenen Schutzräume für die Wort-Bild-Marke oder Kampagnen-/Partnerlogos bestimmen die minimalen Maße für das Page Padding in den Zoomstufen.

\$w-xxxs	380 px
\$w-xxs	420 px
\$w-xs	480 px
\$w-sm	640 px
\$w-md	768 px
\$w-lg	1024 px
\$w-xl	1200 px
\$w-xxl	1400 px
\$w-xxl2	1680 px

5.5 Claim



Beispiel: Laptop-Ansicht mit Footer und Claim

Der Claim #BayernGemeinsamStark kann in allen definierten Farbvarianten zum Einsatz kommen. Im Hauptportal wird immer der Claim in StMAS-Mint mit dunkelblauer Schrift eingesetzt.

Das Element ist fest im Footer verankert und die Größe über verschiedene Zoomstufen hinweg definiert. Auch der Schutzabstand zu anderen Elementen ist festgelegt.

Abkürzungsverzeichnis

StMAS	Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales
CD	Corporate Design
WBM	Wort-Bild-Marke
4c	"4 colours" / 4-farbige Umsetzung
s/w	Schwarz-Weiß-Umsetzung
CMYK	4-farbige Farbangabe (Cyan, Magenta, Yellow, Key = Schwarz)
RGB	3-farbige Farbangabe (Rot, Grün, Blau)
HEX	Hexidezimal-Code; wird teilweise für Farbangaben im digitalen Bereich verwendet
HKS	Spezielles Druckfarbsystem von den Herstellern Hostmann-Steinberg, Kast + Ehinger und Schmincke
RAL	Spezielles Druckfarbsystem (Reichsausschuss für Lieferbedingungen)
mm	Millimeter
pt	Punkt (Schriftgrad)
px	Pixel
ZAB	Zeilenabstand
WB	Wappenbreite
g/qm	Gramm pro Quadratmeter / Angabe für Papiergrammatur
47L	FOGRA47L / Farbprofil für ungestrichenes Papier
OOH	Out-of-Home / Außenwerbung
CLP	City-Light-Poster

Impressum

Herausgeber:

Bayerisches Staatsministerium für

Familie, Arbeit und Soziales

Winzererstr. 9, 80797 München

E-Mail: oeffentlichkeitsarbeit@stmas.bayern.de

Gestaltung:

P.E.R. Consulting GmbH

Stand:

April 2026

stmas.bayern.de