

MANUAL | V01 | 2024

Corporate-Design-Richtlinien der EMB Energie Brandenburg GmbH

INHALT

Basiselemente der EMB Energie Brandenburg GmbH (nachfolgend EMB genannt)	04
1.01 Logoformen und Logoaufbau	05
1.02 Logobemaßung	06
1.03 Logoschutzzone	07
1.04 Logogröße	08
1.05 Logoplatzierung	09
1.06 LogoverSIONen (zulässig/unzulässig) und Ausnahmen	11
1.07 EMB-Prozess-Signet	14
1.08 EMB-Farbwelt (print)	15
1.09 EMB-Schriftwelt (print)	17
1.10 EMB-Schreibweisen	19
1.11 EMB-Bulletpoints	20
1.12 EMB-Headlinebalken	22
1.13 EMB-Topheadline	23
1.14 EMB-Welle	24
1.15 EMB-Farbflächen	25
1.16 EMB-Button	27
1.17 Icons	29
1.18 Illustrationen	30
Layoutraster und Anwendungsbeispiele der EMB Energie Brandenburg GmbH (print)	34
2.01 Flyer	35
2.02 Produktblatt	44
2.03 Plakate	47
2.04 Anzeigen.....	55
2.05 Roll-ups	64
2.06 Fahrzeugbeschriftung	68
2.07 Ladesäulen und Wallboxen	71
2.08 Briefbogen	73
2.09 Visitenkarte	74

INHALT

Basiselemente, Layoutraster und Anwendungsbeispiele der EMB Energie Brandenburg GmbH (online/digital).....	75
3.01 EMB-Farbwelt (online/digital)	76
3.02 EMB-Schriftwelt (online/digital).....	78
3.03 Website	79
3.04 Onlinebanner	81
3.05 Social Media	90
3.06 E-Mail-Signatur	91
3.07 PowerPoint-Vorlage	92
3.08 Teams-Hintergründe	93
Basiselemente der Produktmarke SpreeGas	94
4.01 Logoform	95
4.02 Logoschutzzone und Mindestgröße	96
4.03 Unzulässige Logoverionen	97
4.04 SpreeGas-Farbwelt	98
4.05 SpreeGas-Schriftwelt	101
Layoutraster und Anwendungsbeispiele der Produktmarke SpreeGas	104
5.01 Briefbogen	105
5.02 Visitenkarte	106
5.03 E-Mail-Signatur	107
5.04 PowerPoint-Vorlage	108
5.05 Anzeige.....	109
5.06 Plakat	111
5.07 Flyer	113
5.08 Mitarbeiterkleidung	117
5.09 Fahrzeugbeschriftung	119
5.10 Beschilderung	121
5.11 Website.....	123

MANUAL | V01 | 2024

Basiselemente EMB Energie Brandenburg GmbH

1.01

LOGOFORM

Die Logo-Claim-Form besteht aus dem Zusammenschluss „EMB“ und dessen Claim „Ihr Energiepartner“ in einem Kernelement.

Generell ist die Verwendung der Basisversion mit Claim zu bevorzugen. In Ausnahmefällen, z. B. zur Verbesserung der Lesbarkeit, kann ab einer bestimmten Größe auf die Kurzversion des Logos zurückgegriffen werden. Nähere Angaben hierzu auf Seite 8.

BASISELEMENTE EMB

LOGO

Basisversion



Kurzversion



1.02

LOGOBEMASSUNG

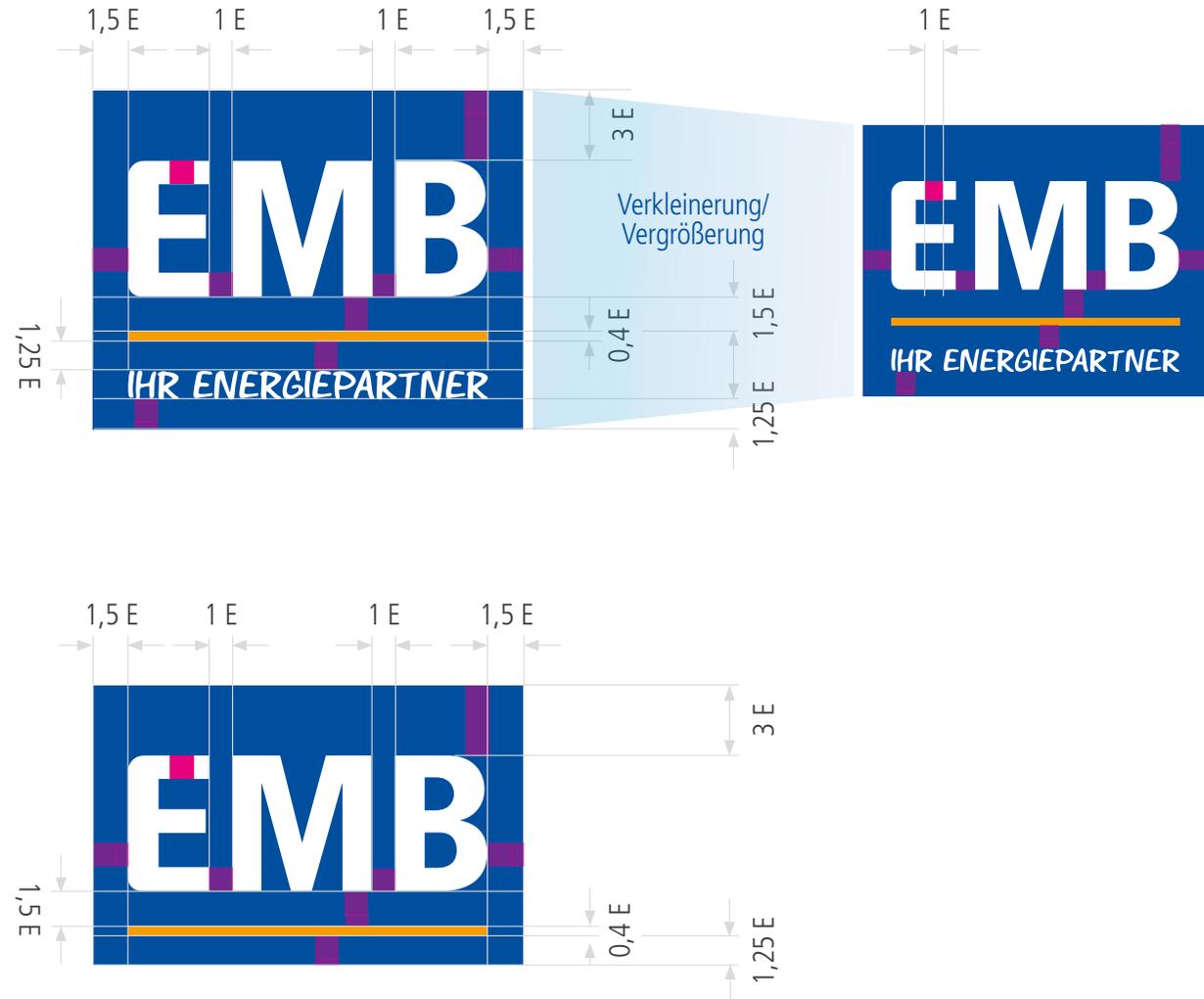
Die Einheit „E“ generiert sich aus einer quadratischen Form und der Höhe des oberen „E“-Querstrichs. Hieraus ergeben sich alle weiteren Abstände im Bezug auf die Einheit „E“.

■ = 1 Einheit

Wichtig!

Die Größe der Einheit „E“ variiert je nach eingesetzter Logogröße. Die Einheit „E“ ist daher immer individuell je Werbemittel bzw. darauf abgebildeter Logogröße neu zu ermitteln (sofern nicht bereits Formatvorlagen existieren, die genutzt werden können).

BASISELEMENTE EMB LOGO



1.03

LOGOSCHUTZZONE

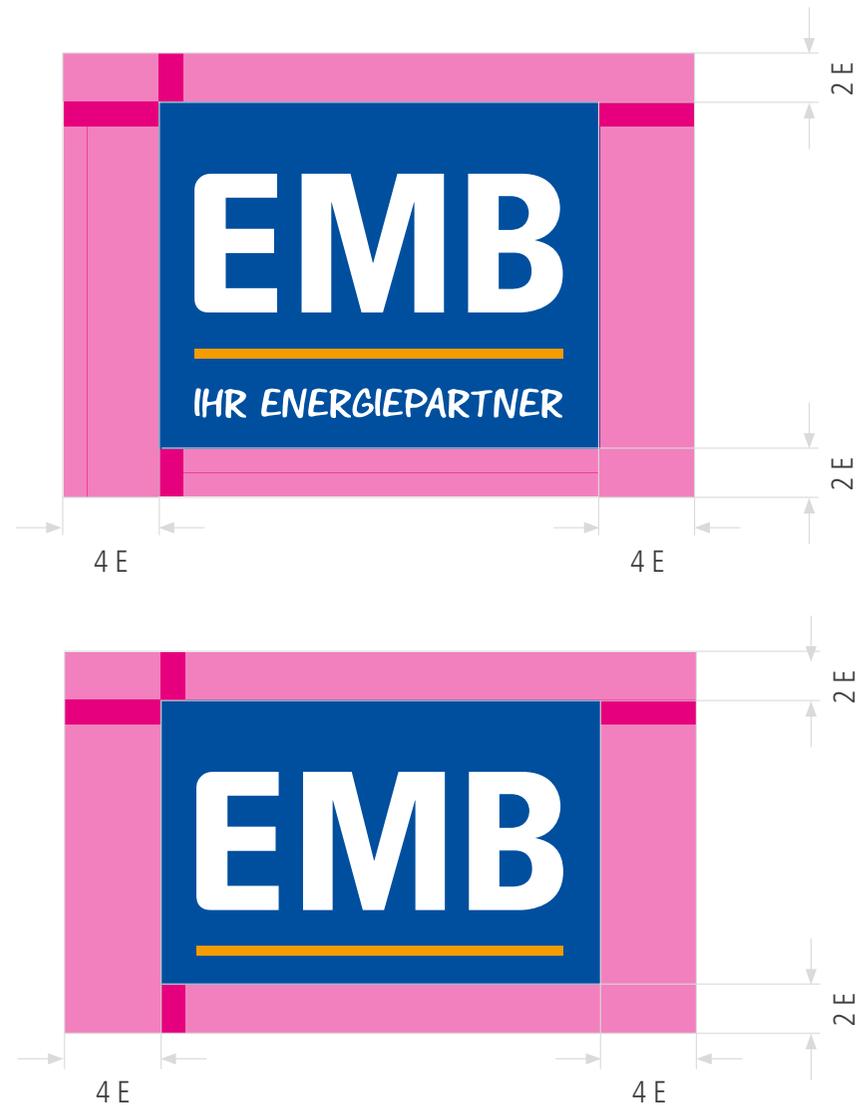
Um das Logo wurde eine Schutzzone definiert, welche dem Logo genügend Freiraum gibt, um nicht mit anderen Elementen zu kollidieren. Innerhalb dieser unantastbaren Fläche, deren Größe sich aus dem Logo ableitet, darf lediglich das vollflächige Hintergrundbild Verwendung finden. Andere Bildelemente, Text oder Grafiken dürfen in diesem Bereich nicht platziert werden. Das EMB-Logo steht bei Drucksachen ausschließlich oben rechts und darf lediglich in Sonderfällen eine andere Platzierung finden.

Nähere Angaben hierzu ab Seite 9.

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

BASISELEMENTE EMB LOGO



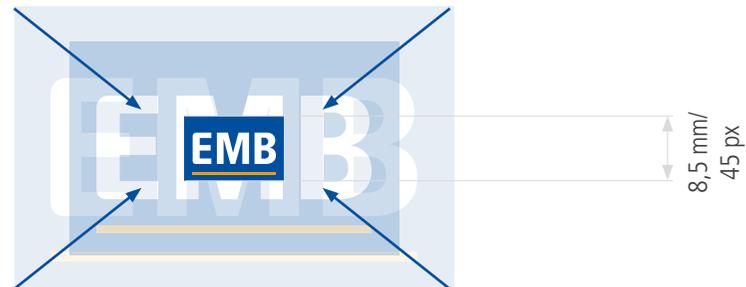
1.04

LOGOMINDESTGRÖSSE

Das Kernelement „EMB“ darf in der zu bevorzugenden Standardlogoform (Basisversion) die Mindestgröße von 15 mm Höhe nicht unterschreiten. Für digitale Medien gilt eine Mindesthöhe von 100 Pixeln.

Wird die Mindesthöhe bei der Standardlogoform (Basisversion) unterschritten, ist die Logokurzform zu benutzen. Auch hier gibt es eine definierte Mindestgröße von 8,5 mm Höhe, die nicht unterschritten werden darf. Für digitale Medien gilt für die Logokurzform eine Mindesthöhe von 45 Pixeln.

BASISELEMENTE EMB LOGO



1.05

LOGOPLATZIERUNG UND -GRÖSSE (WERBEMITTEL MIT WEISSEN RAHMEN)

Um eine zum Format einheitliche Logogröße zu erhalten, wurden für verschiedene Printmedienformate feste Logo-breiten definiert. Diese sind in Abhängigkeit zur jeweiligen Medienformatbreite zu sehen. Bei Formaten, die von den rechtsseitig aufgeführten Standardformaten abweichen, muss ein ähnlicher Standardformatwert zugrunde gelegt werden.

Beispiel:

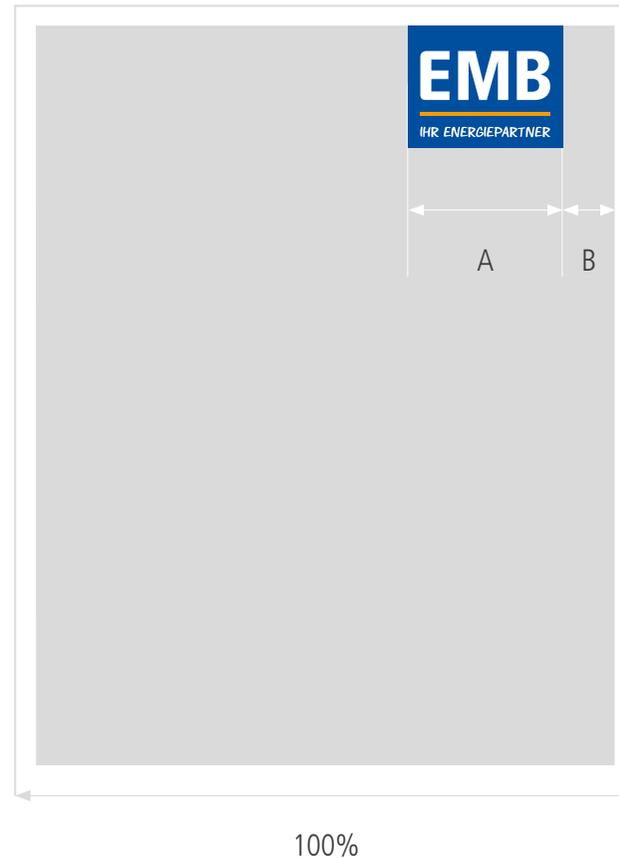
1) Das Werbemittel ist DIN lang hoch. Ein hochformatiges DIN-lang-Format ist z. B. 10,5 cm breit. Die Breite des EMB-Logos sollte in diesem Fall 28 % von der Werbemittelbreite, also ca. 2,94 cm, betragen. Von dieser Logo-größe wird anschließend die Größe der Einheit E, wie auf der Seite 6 beschrieben, ermittelt. Der Abstand des Logos zum weißen Rand rechts beträgt bei einem DIN-lang-Format dann 4 Einheiten oder ca. 6 mm.

2) CLP-Format: Basiswert DIN A0 (hoch) = (A) 22,5 % (B) 4 E.

Wichtig!

In Ausnahmefällen, z. B. bei übergroßen oder sehr kleinen Formaten, Sonderformaten, für eine optisch harmonischere Darstellung oder bei Unterschreitung der Logomindestgröße, kann das Logo ausgehend vom nächstgelegenen Prozentwert um 10 Prozent größer dargestellt werden.

BASISELEMENTE EMB LOGO



Standard-Hochformate mit weißen Rahmen

DIN A0 (hoch) = (A) 22,5 % (B) 4 E

DIN A1 (hoch) = (A) 22,5 % (B) 4 E

DIN A2 (hoch) = (A) 22,5 % (B) 4 E

DIN A3 (hoch) = (A) 22,5 % (B) 4 E

DIN A4 (hoch) = (A) 22,5 % (B) 4 E

DIN A5 (hoch) = (A) 18,5 % (B) 4 E

DIN A6 (hoch) = (A) 18,5 % (B) 4 E

DIN lang (hoch) = (A) 28 % (B) 4 E

Standard-Querformate mit weißen Rahmen

DIN A0 (quer) = (A) 16,5 % (B) 4 E

DIN A1 (quer) = (A) 16,5 % (B) 4 E

DIN A2 (quer) = (A) 16,5 % (B) 4 E

DIN A3 (quer) = (A) 16,5 % (B) 4 E

DIN A4 (quer) = (A) 16,5 % (B) 4 E

DIN A5 (quer) = (A) 16,5 % (B) 4 E

DIN A6 (quer) = (A) 18,5 % (B) 4 E

DIN lang (quer) = (A) 15 % (B) 4 E

Sonderfälle/Sonderformate

Visitenkarte (hoch/quer) = (A) 26,5 % (B) 4 E

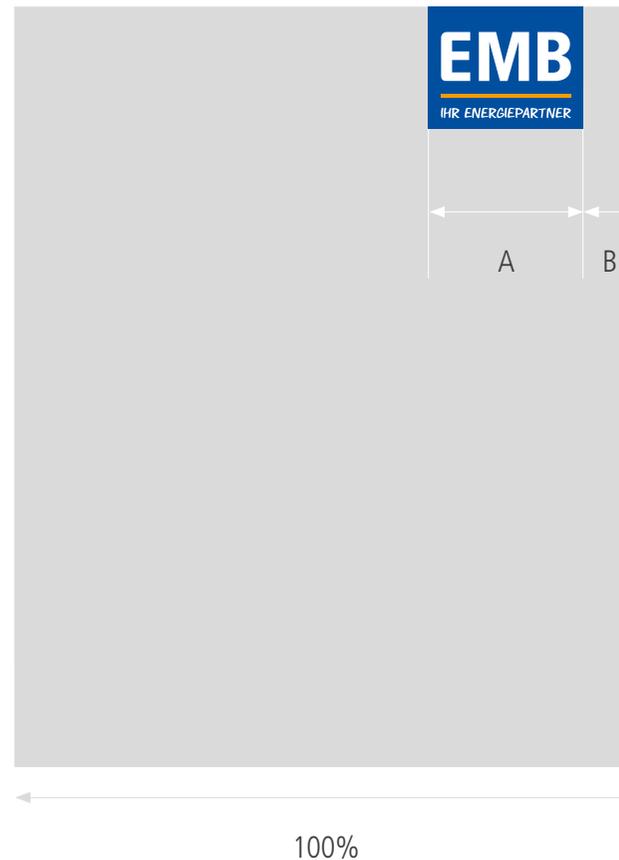
Roll-ups: Basiswert DIN lang (hoch) = (A) 28 % (B) 4 E;
bei Bedarf kann das Logo 10 % größer dargestellt werden

1.05

LOGOPLATZIERUNG UND -GRÖSSE (WERBEMITTEL OHNE WEISSEN RAHMEN)

Gleiche Verfahrensweise wie auf der vorhergehenden Seite beschrieben.

BASISELEMENTE EMB LOGO



Standard-Hochformate ohne weißen Rahmen

DIN A0 ^(hoch) = (A) 22,5 % (B) 5 E

DIN A1 ^(hoch) = (A) 22,5 % (B) 5 E

DIN A2 ^(hoch) = (A) 22,5 % (B) 5 E

DIN A3 ^(hoch) = (A) 22,5 % (B) 5 E

DIN A4 ^(hoch) = (A) 22,5 % (B) 5 E

DIN A5 ^(hoch) = (A) 18,5 % (B) 5 E

DIN A6 ^(hoch) = (A) 18,5 % (B) 5 E

DIN lang ^(hoch) = (A) 28 % (B) 4 E

Standard-Querformate ohne weißen Rahmen

DIN A0 ^(quer) = (A) 16,5 % (B) 5 E

DIN A1 ^(quer) = (A) 16,5 % (B) 5 E

DIN A2 ^(quer) = (A) 16,5 % (B) 5 E

DIN A3 ^(quer) = (A) 16,5 % (B) 5 E

DIN A4 ^(quer) = (A) 16,5 % (B) 5 E

DIN A5 ^(quer) = (A) 16,5 % (B) 5 E

DIN A6 ^(quer) = (A) 18,5 % (B) 5 E

DIN lang ^(quer) = (A) 15 % (B) 4 E

Sonderfälle/Sonderformate

Visitenkarte ^(hoch/quer) = (A) 26,5 % (B) 5 E

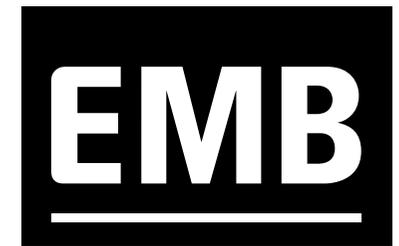
Roll-ups: Basiswert DIN lang ^(hoch) = (A) 28 % (B) 4 E;
bei Bedarf kann das Logo 10 % größer dargestellt werden

1.06

LOGOVERSIONEN UND AUSNAHMEN (FARBVARIANTEN)

Das Logo mit weißen Schriftzug auf „EMB-Blau“ mit Trennstrich in „EMB-Orange“ ist die Standardvariante (Basisversion). In fest definierten Ausnahmefällen ist die Abbildung der Sekundärvariante möglich. Ist keine farbige Darstellung möglich, zum Beispiel wenn nur Schwarz oder Graustufen gedruckt werden können, kommt das Logo in seiner schwarzen Variante zur Anwendung.

BASISELEMENTE EMB LOGO



Primärvarianten

4-farbig bzw. 2-farbig Sonderfarben

Schriftzug negativ auf blauen Kasten.
Einsatz auf weißen, hellen Farb- bzw. Bildhintergründen, die mit dem EMB-Blauton harmonieren (ist individuell abzustimmen).

Sekundärvarianten

4-farbig bzw. 2-farbig Sonderfarben

Schriftzug positiv auf weißen Kasten.
Einsatz vorrangig auf Farb-/Bildhintergründen, die nicht mit dem EMB-Blauton harmonieren, z. B. dunkle Hintergründe oder Hintergründe in einem anderen, gleichwertigen Blauton (ist individuell abzustimmen).

Schwarz-Weiß-Variante

1-farbig

Einsatz bei Schwarz-Weiß-Drucken oder Drucken in Graustufen.

1.06

LOGOVERSIONEN UND AUSNAHMEN (SONDERVERSIONEN)

Die hier aufgeführten Logos dürfen lediglich in Sonderfällen zum Einsatz kommen. Generell müssen diese Ausnahmen jedoch vorab geprüft und freigegeben werden, um einer „Verwässerung“ des Logobildes vorzubeugen und nicht zu viele Varianten im Einsatz zu haben.

Die Ausnahmeregelungen gelten gleichermaßen für die Logokurzform ohne Claim.

BASISELEMENTE EMB LOGO



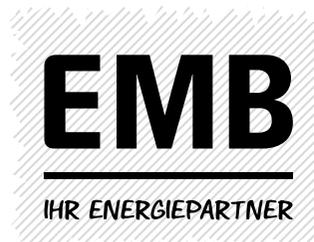
Mit ausgesparten/r Buchstaben/Linie in blauen Logokasten (z. B. Aufkleber Wallbox oder Namensschild Mitarbeiter). Hintergrundfarbe bei ausgesparten Elementen darf nur weiß (in dem Fall hätte auch die Primärversion des Logos ohne Aussparung zum Einsatz kommen können), hellgrau oder metallfarbig sein.



Weißer Schriftzug ohne Logokasten als Alternative zur Sekundärvariante des Logos wie auf der vorhergehenden Seite dargestellt (z. B. Fahrzeugaufkleber, Beschriftung Gasdruckanlage, T-Shirt-Bedruckung). Auf nahezu allen Hintergrundfarben einsetzbar (hier beispielhaft auf rotem Hintergrund dargestellt). Zu bedenken ist hierbei jedoch, dass eine andere Hintergrundfarbe als das EMB-Blau die Wirkung des Logoschriftzugs verzerrt. Hierbei wäre immer der Einsatz der Sekundärvariante des Logos zu bevorzugen.



Grauer Schriftzug ohne Kasten in einer silber-grauen bzw. exklusiven Anmutung (z. B. Fahrzeugaufkleber). Funktioniert nicht auf allen Hintergrundfarben. Die oben stehende weiße Version wäre dabei von allen hier aufgeführten Ausnahmen immer bevorzugt einzusetzen.



Schwarzer Schriftzug ohne weißen Kasten aber auf weißen Hintergrund (Einsatz nur bei Beileidskarte).

1.06

UNZULÄSSIGE LOGOVERSIONEN

Das Logo wird als Identifikationszeichen in allen Medien eingesetzt und darf in keinem Fall verändert werden. Für ein einheitliches Erscheinungsbild gilt eine konsequente Anwendung als Voraussetzung.

Wichtig!

Gleiches gilt auch für die Kurzform des Logos.

BASISELEMENTE EMB

LOGO



Umfärben des Hintergrunds



Umfärben von Schriftelementen



Ergänzen von Elementen/Farben



Umfärben einzelner Logoelemente



Entfernen von Elementen



Drehen



Abschneiden



Verzerren oder stauchen



Änderung Größe



Freie Textkombinationen

UNSERE REGION
MIT ENERGIE GESTALTEN

Das Logo darf nicht innerhalb der Logoschutzzone mit zusätzlichem Text oder grafischen Elementen kombiniert werden.

1.07

PROZESS-SIGNET EMB 2040 KLIMANEUTRAL

Text und Bildzeichen sind Bestandteile des neuen Prozess-Signets. Der Text besteht aus dem Firmennamen und dem Ziel in Inhalt und Zeit. Das Bildzeichen besteht aus der Visualisierung der Meilensteine bis zum Klimaziel.

Vorrangig wird das blaue Prozess-Signet verwendet. Die Farbe Blau besteht aus der Primärfarbe „EMB-Blau“.

Weiß findet dort Anwendung, wo der Untergrund keine blaue Darstellung zulässt, z. B. auf Fotos oder auf dunklen Untergründen.

Die Höhe des abgebildeten Signets bestimmt den Schutzraum.

Für ausreichende Lesbarkeit sollte das Signet die Mindestbreite von 35 mm nicht unterschreiten.

BASISELEMENTE EMB

LOGO

Signetfarben

EMB 2040 ||||| | |
KLIMANEUTRAL

Primärvariante „EMB-Blau“

EMB 2040 ||||| | |
KLIMANEUTRAL

Sekundärvariante Weiß (hier beispielhaft auf grauem Hintergrund dargestellt)

Signetschutzraum



Signetmindestgröße



1.08

EMB-FARBWELT PRINT

Die Farben „EMB-Blau“ und „EMB-Orange“ sind die Primärfarben der EMB Energie Brandenburg GmbH. Als Ergänzung zu den Primärfarben dienen die Sekundär- und Tertiärfarben. Sie werden optional als Akzent- und Harmoniefarben sparsam eingesetzt. Alle Farben der EMB-Farbwelt können auch in verschiedenen Abstufungen genutzt werden. Für die flächenhafte Gestaltung dürfen lediglich die Verlaufsfarben „EMB-Blau-Verlauf“ und „EMB-Orange-Verlauf“ aufgerastert verwendet werden.

Weitere Informationen hierzu ab Seite 24.

BASISELEMENTE EMB FARBEN

Primärfarbe EMB-Blau

HKS 43				
CMYK 100 - 70 - 0 - 0				
RGB 0 - 79 - 159				
RAL 270 30 40				
Pantone 286				
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%

Primärfarbe EMB-Orange

HKS 6				
CMYK 0 - 45 - 100 - 0				
RGB 245 - 156 - 0				
RAL 060 40 80				
Pantone 144				
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%

Sekundärfarben EMB-Hellblau

HKS 47				
CMYK 90 - 30 - 0 - 0				
RGB 0 - 135 - 204				
RAL 040 40 67				
Pantone 3005				
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%

Sekundärfarben EMB-Gelb

HKS 4				
CMYK 0 - 19 - 98 - 0				
RGB 255 - 207 - 33				
RAL 1023				
Pantone 123				
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%

1.08

EMB-FARBWELT PRINT (FORTSETZUNG)

Gleiche Verfahrensweise wie auf der vorhergehenden Seite beschrieben.

BASISELEMENTE EMB FARBEN

Tertiärfarbe EMB-Rot (Akzentfarbe)

HKS 13				
CMYK 0 - 100 - 95 - 0				
RGB 227 - 5 - 27				
RAL 3020				
Pantone 1795				
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%

Tertiärfarbe EMB-Dunkelgrün (Akzentfarbe)

HKS 64				
CMYK 80 - 3 - 100 - 20				
RGB 27 - 140 - 48				
RAL 6018				
Pantone 363				
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%

Tertiärfarbe EMB-Hellgrün (Akzentfarbe)

HKS 65				
CMYK 70 - 0 - 100 - 0				
RGB 87 - 171 - 39				
RAL 6018				
Pantone 361				
100%	90%	80%	70%	60%
50%	40%	30%	20%	10%

1.09

EMB-SCHRIFTWELT (WERBEMITTEL)

In Werbemitteln verwendet die EMB Energie Brandenburg GmbH als Hausschrift die serifenlose Schrift Frutiger LT. Eine Schrift, die zeitlos und offen ist und sich auch in kleinen Schriftgrößen durch ihre Lesbarkeit auszeichnet. Anwendung findet diese Schrift in nebenstehenden Schriftschnitten.

Einsatzbeispiele können weiter hinten in den Anwendungsbeispielen ab Seite 34 eingesehen werden.

BASISELEMENTE EMB SCHRIFT

Frutiger LT – 47 Light Condensed / 48 kursiv (Fließtexte, Headlines)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Frutiger LT – 57 Condensed / 58 kursiv (Zwischenheadlines, Webadressen, Hervorhebungen)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Frutiger LT – 67 Bold Condensed / 68 kursiv (Headlines, Topheadline, Hervorhebungen)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

1.09

EMB-SCHRIFTWELT (OFFICE-ANWENDUNGEN)

Für die Geschäftskorrespondenz (Office-Anwendungen, Mailverkehr usw.) wird die Standard-Schriftart „Arial“ ausgewählt. Diese ist als Basisschriftart in allen Betriebssystemen von Haus aus integriert und führt somit zu keinerlei Anwendungsproblemen.

BASISELEMENTE EMB SCHRIFT

Arial – Regular (Fließtexte, Headlines)

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Arial – Bold (Zwischenheadlines, Headlines, Hervorhebungen, Webadressen, Topheadline)

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1.10

EMB-SCHREIBWEISEN

Die Darstellungs- bzw. Schreibweise regelmäßig wiederkehrender Textelemente ist fest definiert und hat für alle Kommunikationsmittel Gültigkeit.

Die Norm DIN 5008 legt Schreib- und Gestaltungsregeln für die Textverarbeitung fest. Sie gehört zu den grundlegenden Regeln für die Arbeit im Büro- und Verwaltungsbereich.

BASISELEMENTE EMB SCHRIFT

Firmierung

EMB Energie Brandenburg GmbH

Produktbezeichnungen

z. B. Gas: EMB | BASIS, EMB | ÖKOGAS Smart,
EMB | ERDGAS Direkt, EMB | Naturgas;
Strom: EMB | STROM Fix, EMB | STROM Wärmepumpe;
Energielösungen: EMB MobilPaket, EMB WärmePaket,
EMB SolarBonus

Zusammenschreibung mit „EMB“

z. B. EMB-Angebot

Webadresse

www.emb-gmbh.de
www.emb-gmbh.de/XXXX

E-Mail-Adressen

nachname.vo@emb-gmbh.de (vom Vornamen werden nur die ersten beiden Buchstaben eingesetzt)
Korrekt ist zudem nur die Schreibweise „E-Mail“ oder „E-Mail-Adresse“

Euro-Währungszeichen im Fließtext

Hier wird die Währungs-Einheit immer ausgeschrieben

Euro-Währungszeichen

in Tabellen, Grafiken und Störern

Das Symbol € ist der grafischen Darstellung vorbehalten

Mengenangaben (wenn möglich ausgeschrieben im Fließtext)

1.000 kWh/a, ct/kWh, 10 %
€/Monat (Tabellen & Grafiken)

Sonderformatierungen (wenn möglich ausgeschrieben im Fließtext)

Hochgestellt¹, ¹Hochgestellt
CO₂, CO₂-Ausstoß, NO_x, 1 °C

Datumsangaben

01.09.2018
1. September 2018

Telefon- und Faxnummern

Telefon: 033205 260-1234
Fax: 033205 260-567
Mobil: 0170 1 2345-67

Bankkennnummern

IBAN DE68 2105 0170 0012 3456 78

Bis-Strich

Mo–Mi, Fr: 10:00–18:00 Uhr
Straße XYZ 12–34

1.11

EMB-BULLETPPOINTS

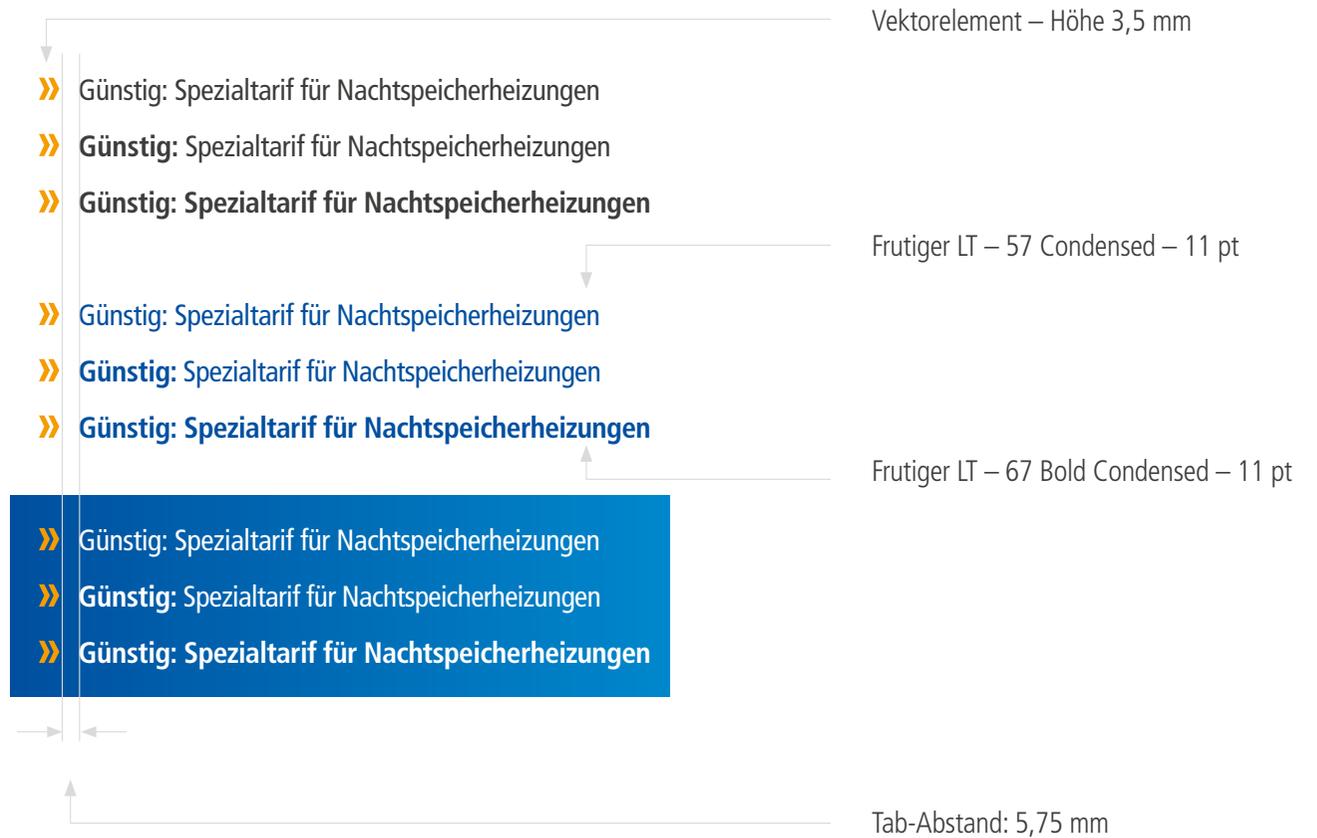
Die Darstellungs- bzw. Schreibweise für Bulletpoints als Doppelpfeile ist die bevorzugte Schreibweise der Bulletpoints.

Wichtig!

Das hier angegebene Beispiel kann auf die gewünschte Schriftgröße adaptiert und skaliert werden.

BASISELEMENTE EMB SCHRIFT

EMB-Bulletpoints mit Doppelpfeil



1.11

EMB-BULLETPPOINTS (FORTSETZUNG)

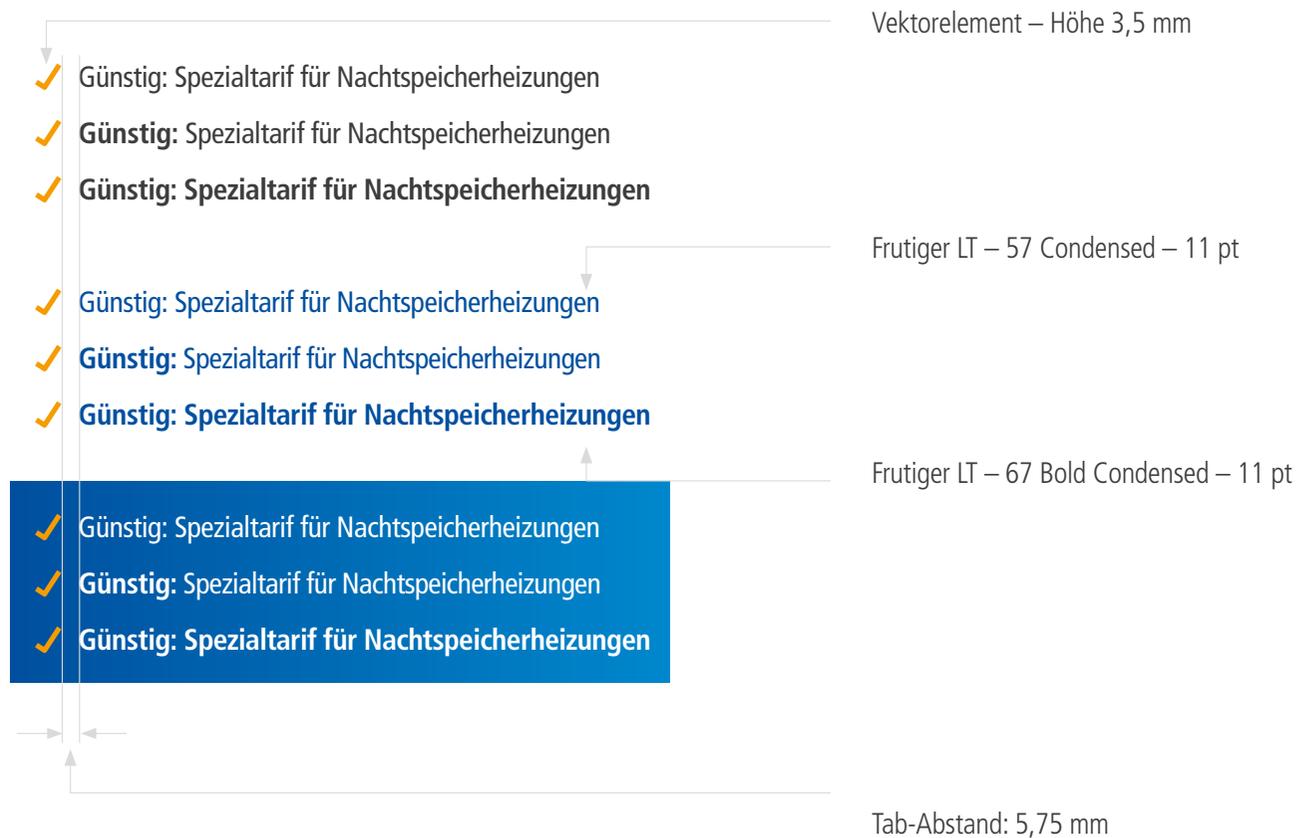
Die Darstellungs- bzw. Schreibweise für Bulletpoints als Häkchen ist eine alternative Schreibweise der Bulletpoints. Während die Doppelpfeil-Variante vorrangig Abläufe beschreibt und gliedert, kann die Häkchen-Variante für die Auflistung von Vorteilen genutzt werden.

Wichtig!

Das hier angegebene Beispiel kann auf die gewünschte Schriftgröße adaptiert und skaliert werden.

BASISELEMENTE EMB SCHRIFT

EMB-Bulletpoints mit Häkchen



1.12

EMB-HEADLINE

Die **Headline** dient als Möglichkeit, die Kernaussage des Kommunikationsmediums zu unterstützen. Sie kann sowohl allein stehend auf einem EMB-Verlaufshintergrund Verwendung finden, als auch in Form von Headlinebalken im Bildbereich eingefügt werden. Der EMB-Headlinebalken wird im Verlauf der Farben „EMB-Orange“ und „EMB-Gelb“ sowie weißer Schrift verwendet. Ausnahme bilden Werbemittel für Außenwerbung und Kampagnen, wie z. B. Großflächen- und 18/1-Plakate sowie hinterleuchtete Medien z. B. City-Light-Poster (CLP) und Traffic Boards. Hier ist der EMB-Headlinebalken einfarbig im „EMB-Gelb“ mit blauer Schrift („EMB-Blau“ mit 30-prozentiger Schwarzanreicherung) zu setzen.

Die Schriftgröße der Headline ist abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar. Dabei sollte auf einen harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Der Headlinebalken ist in seiner Größe abhängig zur verwendeten Schriftgröße der Headline zu definieren. Das hier aufgeführte Beispiel kann an die jeweilige Schriftgröße angepasst und skaliert werden.

Headlines in Headlinebalken sollten von ihrer Gewichtung in einer größeren Schriftgröße als die zusätzlich eingesetzten Subheadlines bzw. Fließtexte gesetzt werden, so dass sie ihre plakative Wirkung optimal entfalten können.

Diese Headline-Art ist optional und muss nicht eingesetzt werden.

BASISELEMENTE EMB SCHRIFT

EMB-Headlinebalken (Standard)



EMB-Headlinebalken für z. B. Großflächen- und 18/1-Plakate sowie hinterleuchtete Medien z. B. City-Light-Poster und Traffic Boards



1.13

EMB-TOPHEADLINE

Die **EMB-Topheadline** dient als Möglichkeit, themenbezogene Überschriften zu platzieren und wird ausschließlich mit einem Konturverlauf der Farben „EMB-Orange“ und „EMB-Gelb“ unterstrichen. Der Konturverlauf ist in seiner Größe abhängig zur verwendeten Schriftgröße zu definieren. Das hier aufgeführte Beispiel kann an die jeweilige Schriftgröße des gleichzeitig eingesetzten Copy-Textes angepasst und skaliert werden.

Diese Headline-Art ist optional und muss nicht eingesetzt werden.

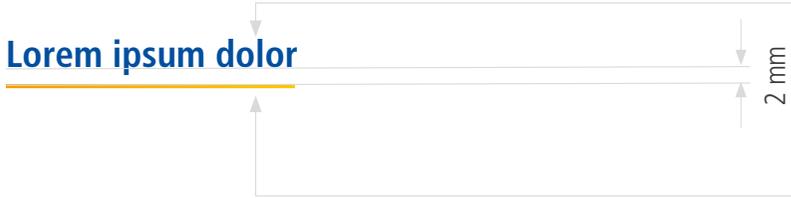
Wichtig!

Nur die Leistungszeile „GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN“ darf in der Version als Topheadline durchgängig in Versalien geschrieben werden!

BASISELEMENTE EMB SCHRIFT

EMB-Topheadline (themenspezifisch, blau)

Lorem ipsum dolor



Frutiger LT –
67 Bold Condensed – Beispiel 14 pt
Schriftgröße immer 45 % der Headline

Konturverlauf
Stärke 1,5 pt

EMB-Topheadline (allgemein, schwarz)

GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN



Frutiger LT –
67 Bold Condensed – Beispiel 14 pt
Schriftgröße immer 45 % der Headline

Konturverlauf
Stärke 1,5 pt

Sechstelgeviert-Leerzeichen

Pipe (senkrechter Strich) Taste „alt“ + „7“,
für Windows-Anwender Taste „AltGR“ + „>“

Grundlinienversatz 10 % der Schriftgröße
hochstellen, muss mittig zum Text sitzen

1.14

EMB-WELLE

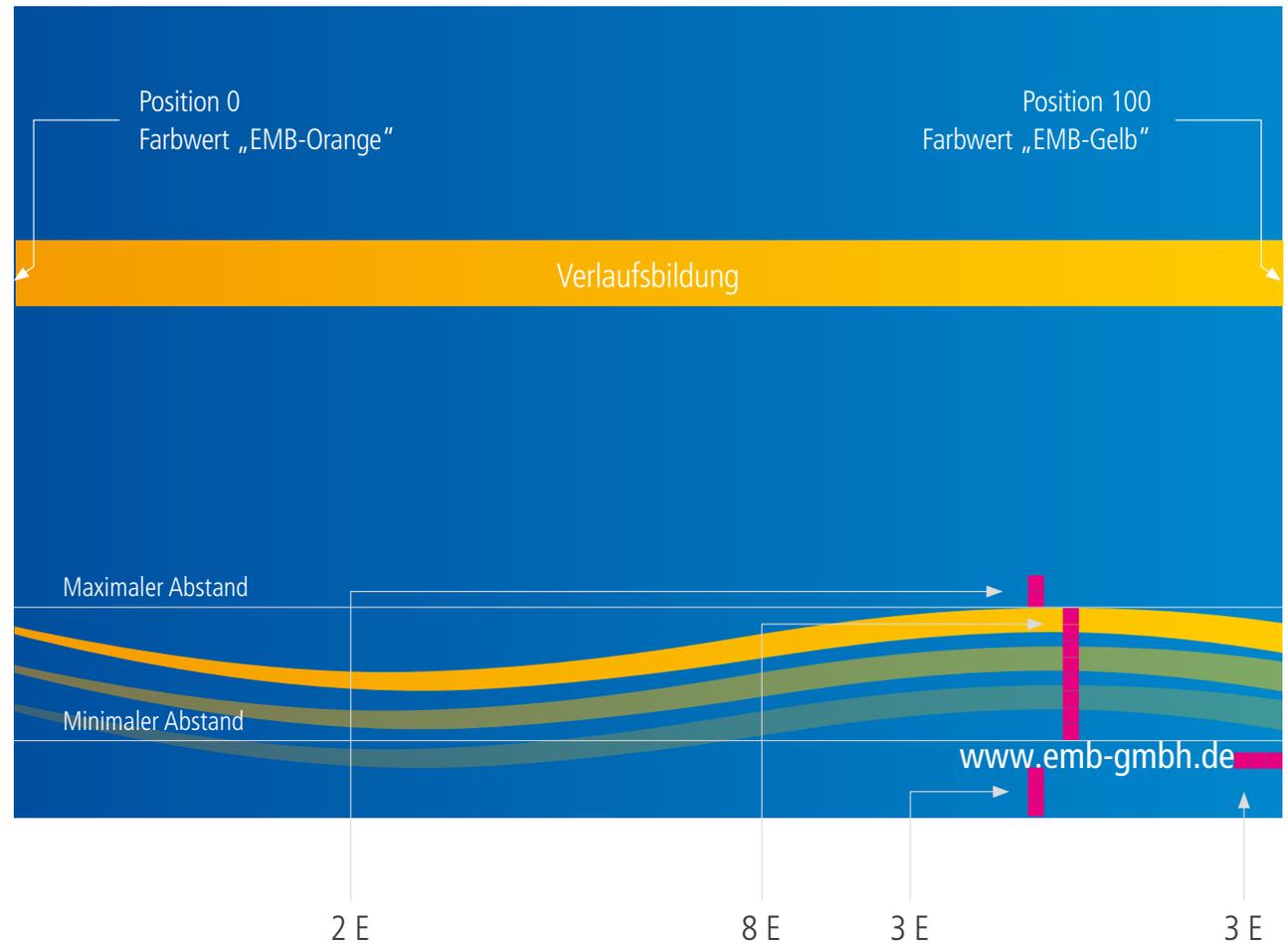
Die EMB-Welle findet als Stilelement Anwendung in den verschiedenen Kommunikationsmedien und trennt den Inhalt von der Absender-Webadresse. Sie gibt dem visuellen Erscheinungsbild der EMB Schwung und Dynamik und verleiht Ihr „Energie“. Die EMB-Welle wird ausschließlich im Verlauf der Farben „EMB-Orange“ und „EMB-Gelb“ auf einem blauen Verlaufshintergrund verwendet. Die EMB-Welle geht immer einher mit der Webadresse oder anderen Absenderinformationen. Sie ist in Ihrer Größe und Position fest definiert und darf ausschließlich nach diesen Angaben verwendet werden.

Wichtig!

In Ausnahmefällen ist die Platzierung der Welle auf weißen Hintergrund und ohne ergänzende Webadresse möglich. Es sollten mindestens „2 E“ der parallel zur Welle verwendeten Logogröße oberhalb der Welle für den Blauverlauf definiert werden. Sollte dieser Verlaufsraum nicht zur Verfügung stehen, kann auf die Welle verzichtet werden.

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE



1.15

EMB-FARBFLÄCHE (HORIZONTAL)

Die **blaue EMB-Verlaufsfläche** ist das wichtigste Flächenelement fast aller Medien der EMB und dient zur raschen Wiedererkennung. Der gesamte Verlauf setzt sich aus der Primärfarbe „EMB-Blau“ und der gleichtonigen Sekundärfarbe „EMB-Hellblau“ zusammen. Der gleichmäßige Flächenverlauf startet bei Position 0 auf der linken Seite und erstreckt sich bis zur Position 100 an der rechten Seite.

Die **orangefarbige EMB-Verlaufsfläche** findet Ihren Einsatz **NICHT** in großen Vollflächen, sondern wird als Headlinehinterlegung, Buttonverlaufsfarbe, Wellenfärbung usw. verwendet. Der gesamte Verlauf setzt sich aus der Primärfarbe „EMB-Orange“ und der gleichtonigen Sekundärfarbe „EMB-Gelb“ zusammen. Der gleichmäßige Flächenverlauf startet bei Position 0 auf der linken Seite und erstreckt sich bis zur Position 100 an der rechten Seite.

Die **grünfarbige EMB-Verlaufsfläche** findet Ihren Einsatz **vorrangig in der Thematik „Ökogas“** als Buttonverlaufsfarbe, Headlinehinterlegung usw. Sie kann auch für andere Themen-/Einsatzfelder verwendet werden. Der gesamte Verlauf setzt sich aus der Akzentfarbe „EMB-Dunkelgrün“ und der gleichtonigen Akzentfarbe „EMB-Hellgrün“ zusammen. Der gleichmäßige Flächenverlauf startet bei Position 0 auf der linken Seite und erstreckt sich bis zur Position 100 an der rechten Seite.

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE



1.15

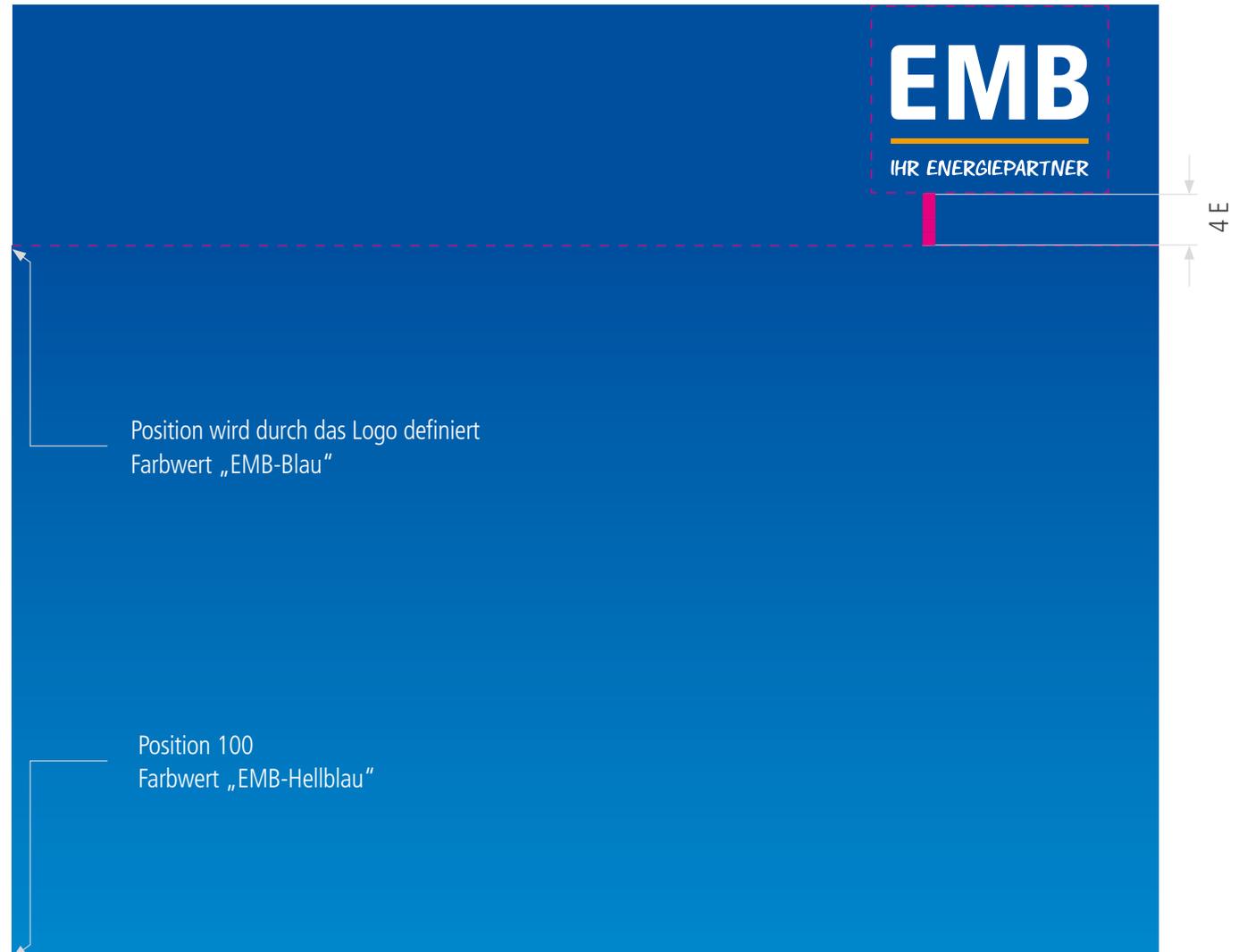
EMB-FARBFLÄCHE (VERTIKAL)

Die vertikale, blaue EMB-Verlaufsfläche findet Ihren Einsatz als großes Flächenelement bei Medien die keinen Bildeinsatz aufweisen. Der gesamte Verlauf setzt sich aus der Primärfarbe „EMB-Blau“ und der gleichtonigen Sekundärfarbe „EMB-Hellblau“ zusammen. Der gleichmäßige Flächenverlauf startet bei Position 0 auf der oberen Seite und erstreckt sich bis zur Position 100 an der unteren Seite.

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE



1.16

EMB-BUTTON (AUFBAU)

Der EMB-Button dient als Element, um wichtige Informationen hervorzuheben. Grundsätzlich sollte der Button, wenn möglich, zur Hälfte auf dem EMB-Blauverlauf platziert werden. Hierdurch wird die große Verlaufsfläche ein wenig aufgebrochen und bekommt eine angenehmere Gesamtwirkung. Der EMB-Button kann aus Platzgründen oder zu Gunsten der Lesbarkeit auch an anderen Stellen platziert werden.

Die Farbfläche des EMB-Standard-Buttons setzt sich aus der Sekundärfarbe „EMB-Gelb“ zusammen und hat einen Neigungswinkel von 10°. Als Schrift findet die „Frutiger LT – 67 Bold Condensed“ Anwendung.

Einsatzbereiche hierzu weiter hinten in den Anwendungsbeispielen.

Wichtig!

Der EMB-Button ist in seiner Größe frei skalierbar, er sollte jedoch von der Gewichtung zur Kernaussage passen. Bei der Skalierung ist darauf zu achten, dass sich alle Button-Elemente proportional vergrößern bzw. verkleinern.

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE

EMB-Standard-Button



1.16

EMB-BUTTON (VERSIONEN)

Grundlegend ist der EMB-Standard-Button auf allen Kommunikationsmedien zu verwenden, lediglich in der Thematik „Ökogas“ findet der EMB-Ökogas-Button seine Anwendung.

Wichtig!

Andere Farbigkeiten sind nicht zulässig!

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE

EMB-Standard-Button



EMB-Ökogas-Button



1.17

ICONS

Die intuitive Darstellung über simplifizierte Bild-Symbole hilft dem Betrachter, sofort zu erkennen, um welchen Kanal es sich handelt.

Die Reihe ist prinzipiell auch erweiterbar. Neue Icons haben sich in der Ausgestaltung an den hier gezeigten Beispielen zu orientieren.

Die Icons gibt es in den Varianten „vollflächig“ und „Outline“. Sie liegen in den Farben „EMB-Blau“, Schwarz und Weiß in den Dateiformaten .svg, .png und .eps vor und werden per Link über die CD-Verantwortung zur Verfügung gestellt.

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE

Icons (Auswahl)



Ablesung-Zähler



Kontaktformular



Kundenkonto



Online-Service



Telefon



Unterschrift



Post/E-Mail



Internet



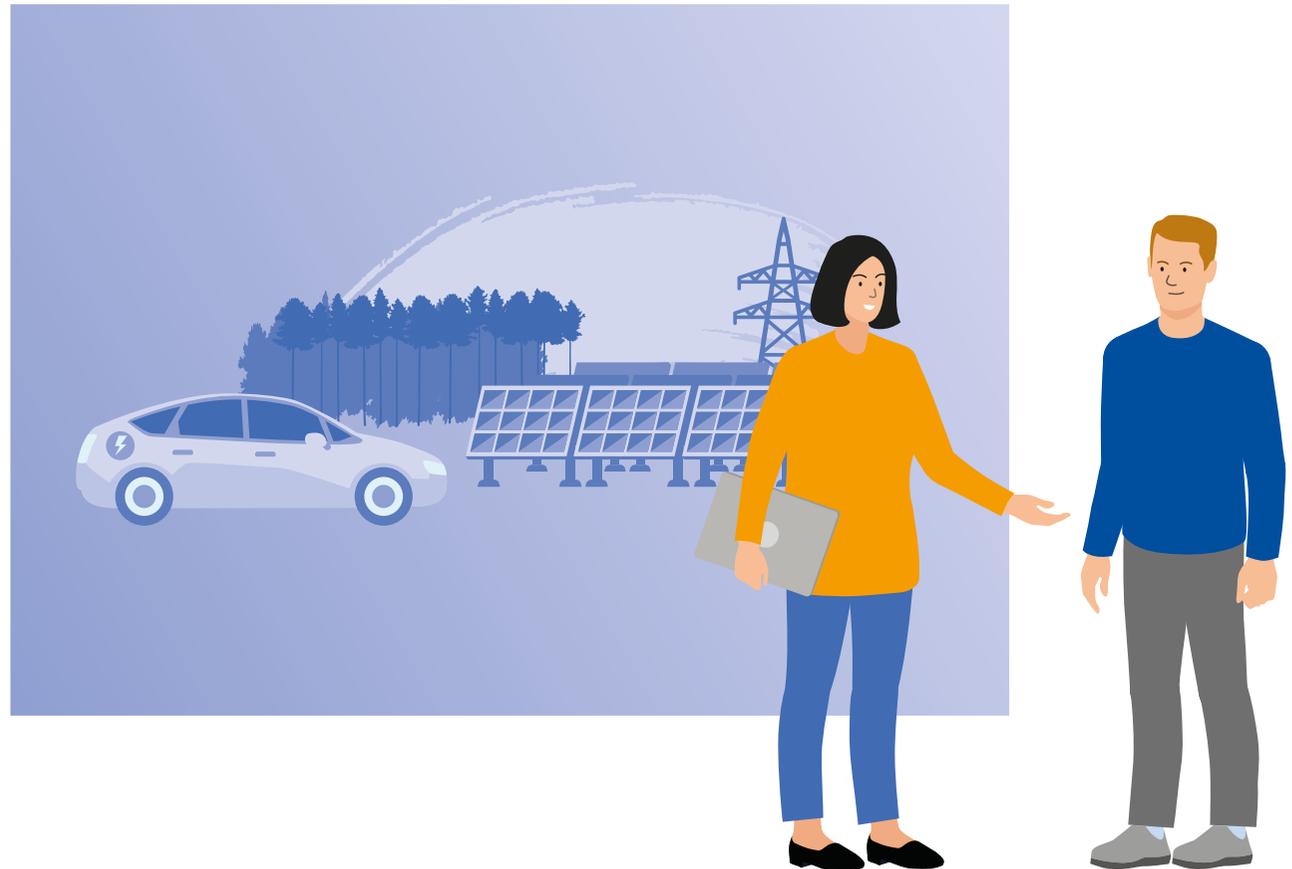
1.18

ILLUSTRATIONEN

Illustrationen und Animationen folgen in der GASAG-Gruppe einem einheitlichen Stil.

Dabei kommt eine schlichte, einheitliche und zurückhaltende Bewegungssprache zur Anwendung. Die einzelnen Festlegungen sollen dabei Kontinuität in der Markenkommunikation garantieren und eine sichere Grundlage für die Zusammenarbeit mit Dritten schaffen, vornehmlich Kommunikationsagenturen, Grafiker*innen und Motion-Designer*innen.

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE



1.18

ILLUSTRATIONEN (FORTSETZUNG)

Hintergründe sind stets monochrom und im Standard aus Abstufungen von „EMB-Blau“.

Die Farbdeckung sollte soweit möglich nicht kräftiger als 60 % der EMB-Vollfarbe sein, sodass eine Benutzung der Vollfarbe im Vordergrund mit ausreichend Kontrast möglich ist. Die Motive gehen nicht bis an den Bildrand.

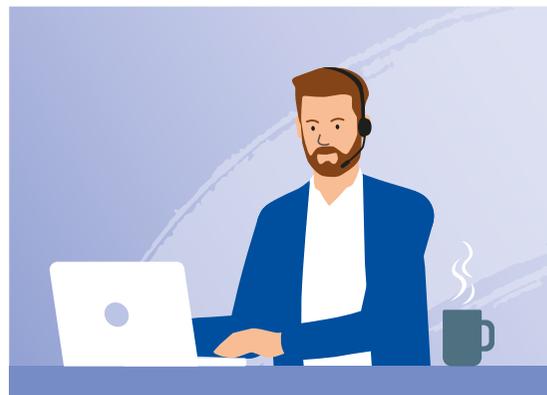
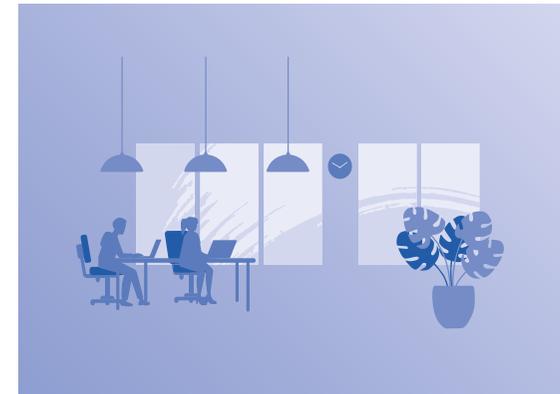
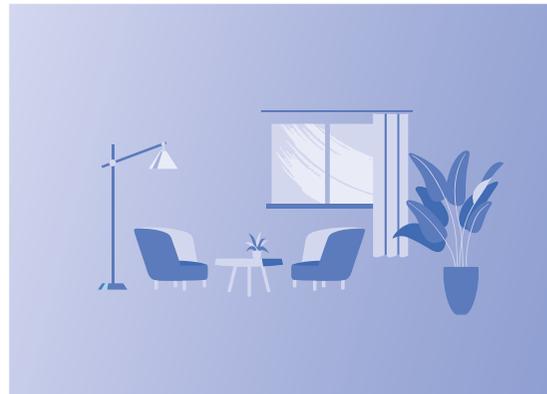
Als auflockerndes und stilbildendes Element wird der „Pinselwischer“ benutzt. Die Vollfläche im Hintergrund hat einen Verlauf. Die Richtung des Verlaufs ist frei.

Sämtliche Assets des Hinter- und Vordergrunds werden im Flat-Stil gezeichnet und sind stark reduziert.

Parallaxe Bewegungen und Kamerafahrten machen das Bild dynamisch.

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE

Hintergründe



1.18

ILLUSTRATIONEN (FORTSETZUNG)

Die zur Verfügung gestellten Charaktere sind mit DUIK geriggt und können dementsprechend animiert werden.

Generell ist auf eine natürliche und menschliche Bewegung zu achten. Um den Fokus auf das Wesentliche zu setzen, wird nur Wichtiges animiert und bewegt.

Sämtliche illustrative Elemente werden nach dem Grundprinzip der aufsteigenden Bewegungsrichtung animiert.

Generell finden Animationsprinzipien Beachtung, die eine Natürlichkeit in den Bewegungen (speziell von Charakteren) erzeugen.

Der Stil der Charaktere ist weitestgehend anatomisch korrekt, aber in Form und Farbe stark reduziert. Die Charaktere bestehen ausschließlich aus Flächen. Ausnahme ist das Gesicht, das mit Konturlinien gezeichnet ist, mit Augen aus stehenden Ovalen.

Farben werden aus den EMB-CD-Farben und dem Farbband gewählt. Ausnahmen bilden Haut- und Haarfarben. Ebenfalls können aus der Realität Farben entlehnt werden, soweit für das Verständnis notwendig (z. B. Rot für Feuerwehr).

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE

Charaktere



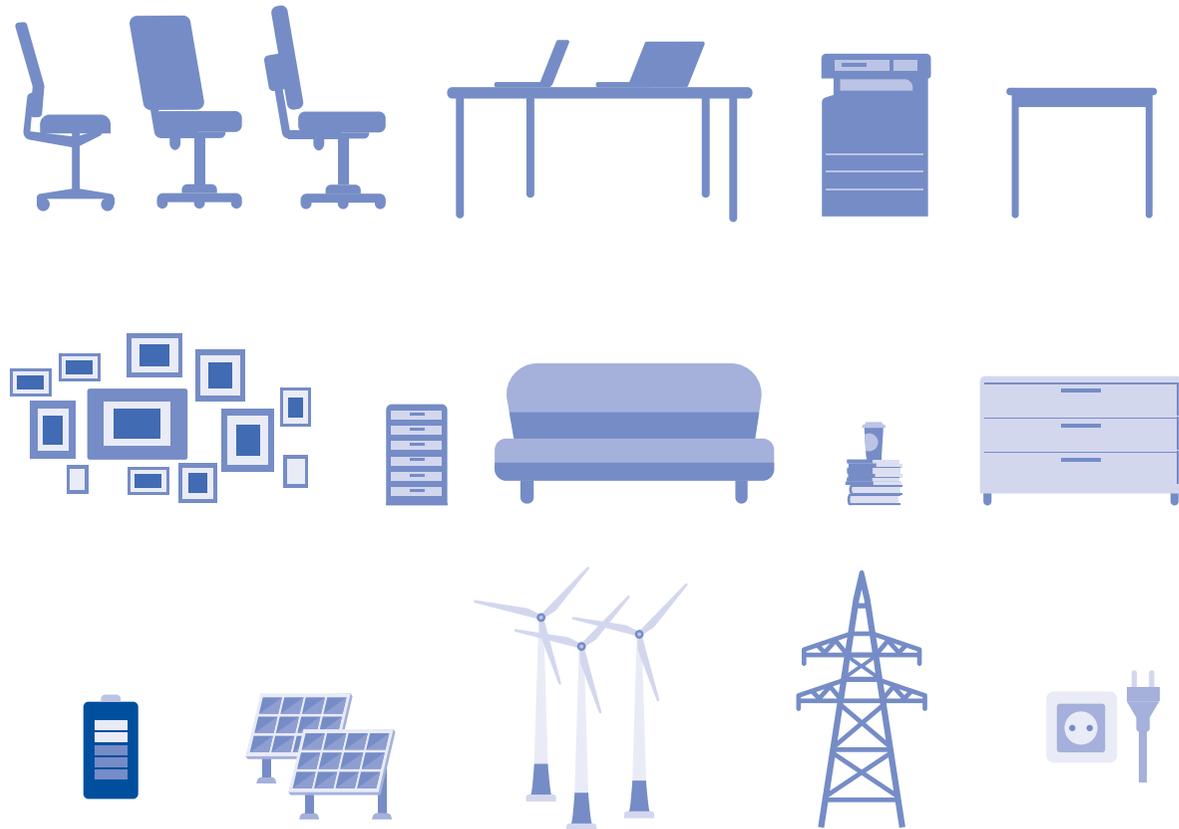
1.18

ILLUSTRATIONEN (FORTSETZUNG)

Einzelelemente

BASISELEMENTE EMB GESTALTUNGSELEMENTE

Assets



MANUAL | V01 | 2024

Layoutraster und Anwendungsbeispiele EMB Energie Brandenburg GmbH (print)

2.01

FLYER MIT BILD (VORDER-/TITELSEITE)

Format: z. B. DIN lang hoch

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.01

FLYER MIT BILD (VORDER-/TITELSEITE)

Varianten Teil 1

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.01

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

FLYER MIT BILD (VORDER-/TITELSEITE)

Varianten Teil 2



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

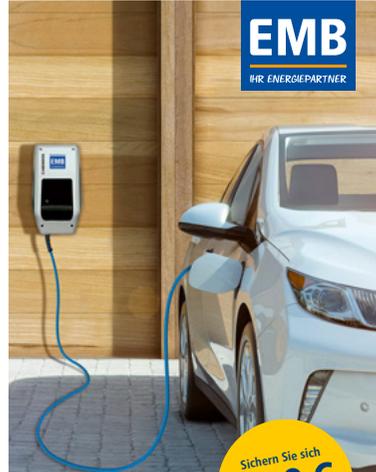
Ab **90€**
im Monat!

EMB WärmePaket

Die clevere Alternative zum Heizungskauf!

- » Ihre neue sparsame Erdgas-Heizung mit Rundum-sorglos-Paket
- » auch mit Solarthermie kombinierbar

www.emb-gmbh.de



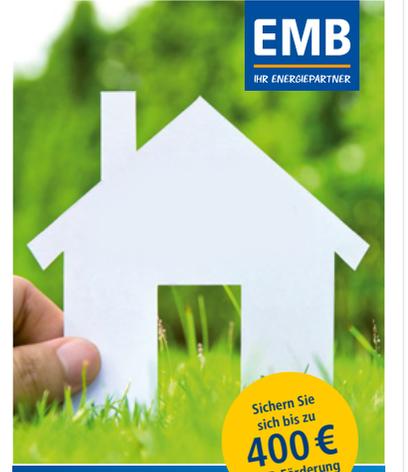
EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Sichern Sie sich **200€**
Mobilbonus*

EMB MobilPaket

Ihre private Stromtankstelle

www.emb-gmbh.de



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Sichern Sie sich bis zu **400€**
EMB-Förderung

EMB-Förderungen

Wir fördern saubere Energielösungen

- » Brennwert.plus
- » Solarthermische Anlagen

www.emb-gmbh.de

2.01

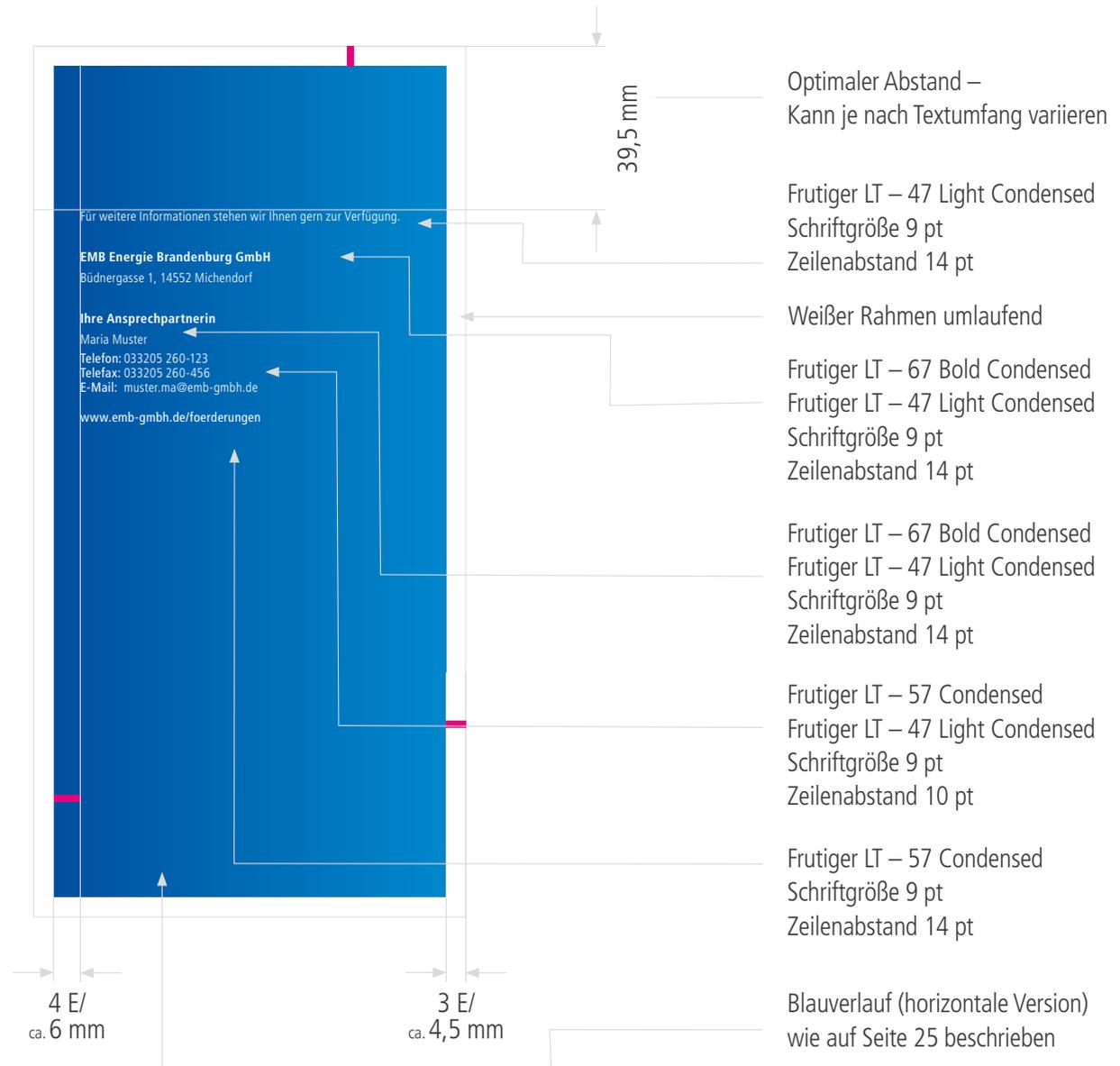
FLYER MIT BILD (RÜCKSEITE)

Format: z. B. DIN lang hoch

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.01

FLYER MIT BILD (RÜCKSEITE)

Varianten

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

EMB Energie Brandenburg GmbH
Büdnergasse 1, 14552 Michendorf
Service-Hotline: 033205 260-510

Ansprechpartnerin:
Maria Muster
Telefon: 033205 260-123
Telefax: 033205 260-456
E-Mail: muster.ma@emb-gmbh.de

Weitere Informationen auf:
www.emb-gmbh.de



Stand 07/2023

EMB Energie Brandenburg GmbH
Büdnergasse 1, 14552 Michendorf
Service-Hotline: 033205 260-510
Telefax: 033205 260-456
E-Mail: vertrieb@emb-gmbh.de

Weitere Informationen auf:
www.emb-gmbh.de/foerderungen



Stand 07/2023

2.01

FLYER OHNE BILD (VORDER-/TITELSEITE)

Format: z. B. DIN lang hoch

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 10 beschrieben

Topheadline (optional) wie auf Seite 23 beschrieben
Schriftgröße 45 % zur Headline

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar
Zeilenabstand 110 %

Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich
Zeilenabstand 120 %

Buttongröße und -platzierung (optional) wie auf Seite 27 beschrieben

Welle, Blauverlauf (vertikale Version) und Webadresse wie ab Seite 24 beschrieben

Ohne weißen Rahmen

2.01

FLYER OHNE BILD (VORDER-/TITELSEITE)

Varianten

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Optional mit Headlinebalken
statt Headlinetext

2.01

FLYER OHNE BILD (RÜCKSEITE)

Format: z. B. DIN lang hoch

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

The diagram shows a blue flyer layout with a grid of lines. A vertical dimension of 39,5 mm is indicated on the right side. A horizontal dimension of 4 E / ca. 6 mm is indicated at the bottom left. The text content is as follows:

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

EMB Energie Brandenburg GmbH
Büdnergasse 1, 14552 Michendorf

Ihre Ansprechpartnerin
Maria Muster
Telefon: 033205 260-123
Telefax: 033205 260-456
E-Mail: muster.ma@emb-gmbh.de
www.emb-gmbh.de/foerderungen

Typographic specifications on the right side:

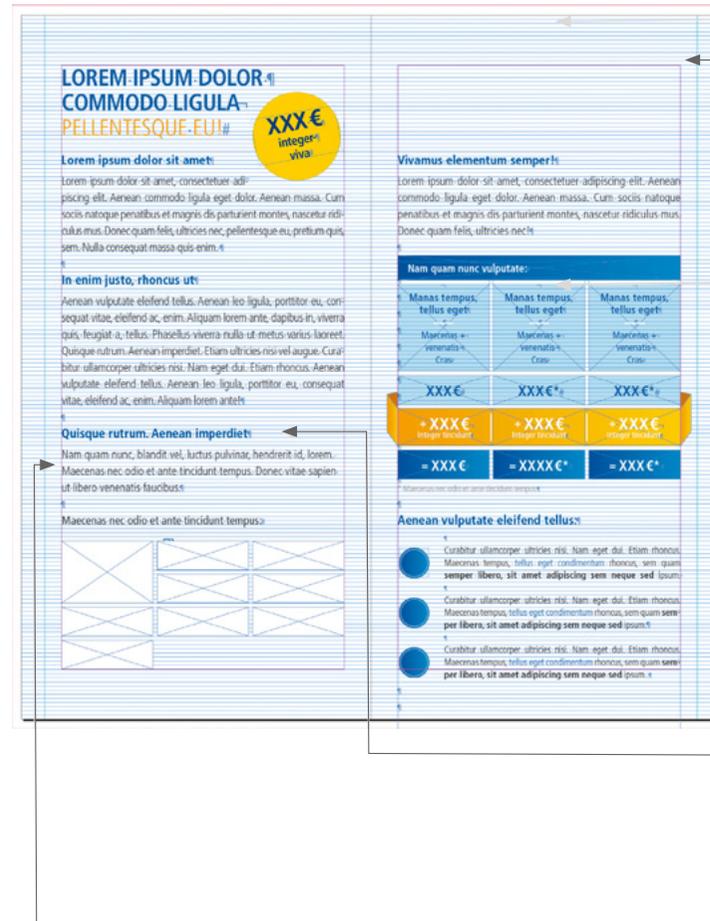
- Optimaler Abstand – Kann je nach Textumfang variieren
- Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 9 pt
Zeilenabstand 14 pt
- Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 9 pt
Zeilenabstand 14 pt
- Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 9 pt
Zeilenabstand 14 pt
- Frutiger LT – 57 Condensed
Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 9 pt
Zeilenabstand 10 pt
- Frutiger LT – 57 Condensed
Schriftgröße 9 pt
Zeilenabstand 14 pt
- Blauerlauf (vertikale Version) wie auf Seite 26 beschrieben
- Ohne weißen Rahmen

2.01

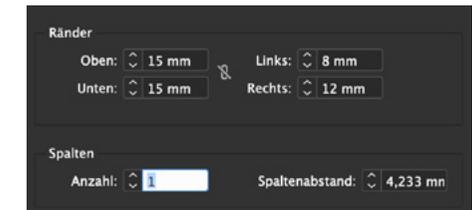
LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

FLYER MIT UND OHNE BILD (INNENSEITEN)

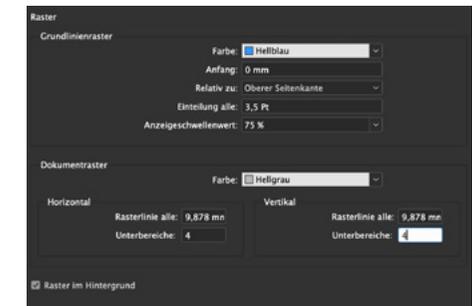
Format: z. B. DIN lang hoch



Ränder- und Spalteneinstellungen



Raster



Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße 11 pt
Zeilenabstand 14 pt
Farbe: „EMB-Blau“
Abstand: 1 mm am unteren Rand

Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 9 pt
Zeilenabstand 14 pt
Farbe: 90 % Schwarz

2.02

PRODUKTBLATT MIT BILD

Format: z. B. DIN A4 hoch

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Logoplatzierung/-größe
wie auf Seite 9 beschrieben

Bildbereich
Höhe frei wählbar

Topheadline (optional)
wie auf Seite 23 beschrieben
Schriftgröße 45 % zur Headline

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom Textumfang
und ist frei wählbar
Zeilenabstand 110 %

Welle, Blauverlauf (horizontal Version)
und Webadresse wie ab Seite 24
beschrieben

Weißer Rahmen umlaufend

2.02

PRODUKTBLATT MIT BILD

Varianten

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.02

PRODUKTBLATT OHNE BILD AUF WEISSEN HINTERGRUND

Format: z. B. DIN A4 hoch

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet werden und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Logoplatzierung/-größe
wie auf Seite 10 beschrieben

Topheadline (optional)
wie auf Seite 23 beschrieben
Schriftgröße 45 % zur Headline

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom Textumfang
und ist frei wählbar
Zeilenabstand 110 %

Welle und Webadresse
wie auf Seite 24 beschrieben

Ohne weißen Rahmen

2.03

PLAKAT MIT BILD (HOCHFORMAT)

Format: z. B. DIN A3 hoch

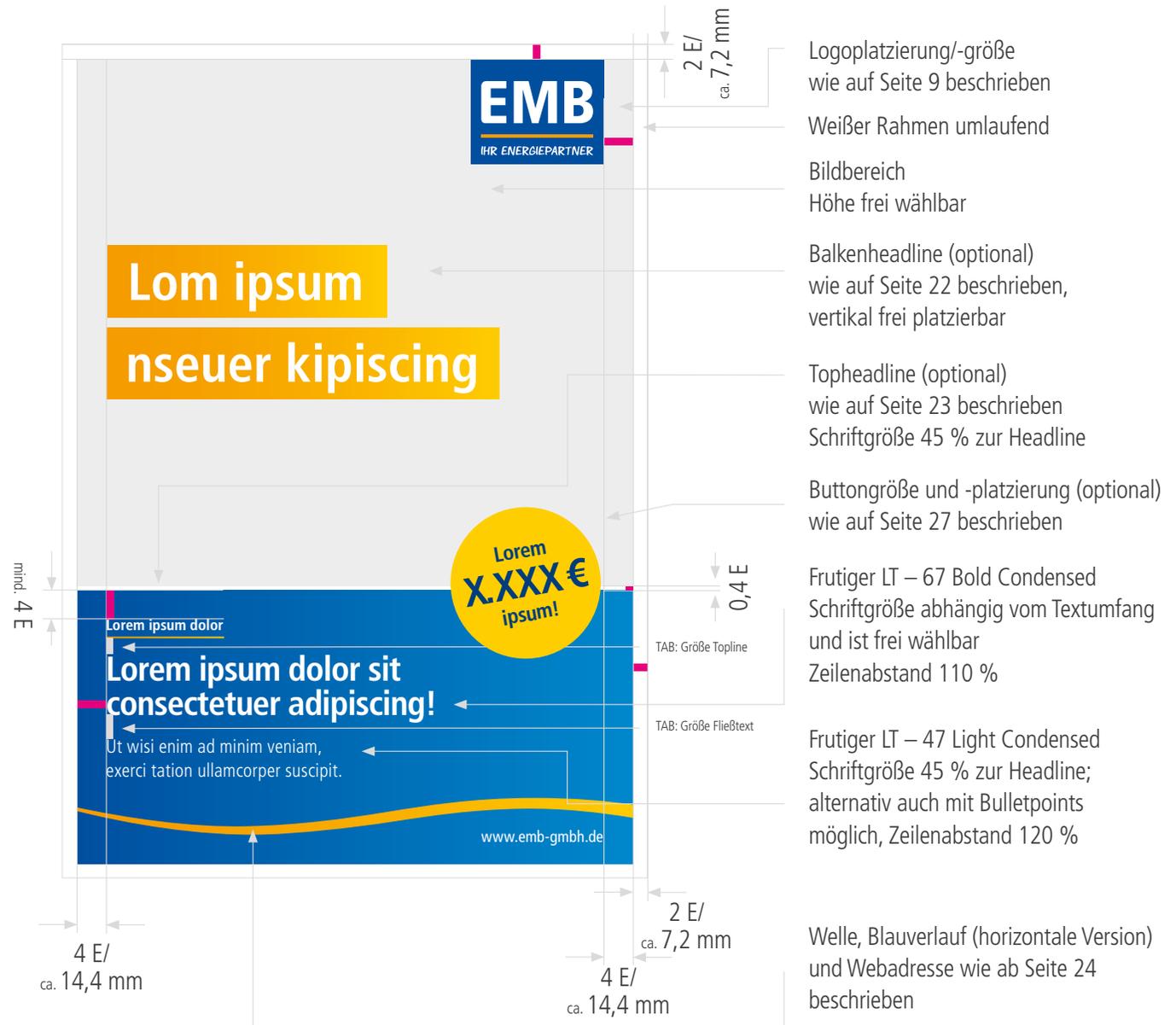
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.03

PLAKAT MIT BILD (HOCHFORMAT)

Format: z. B. City-Light-Plakat (Werbemittel für Außenwerbung/Kampagnen haben ein reduziertes, plakativeres Gestaltungs raster)

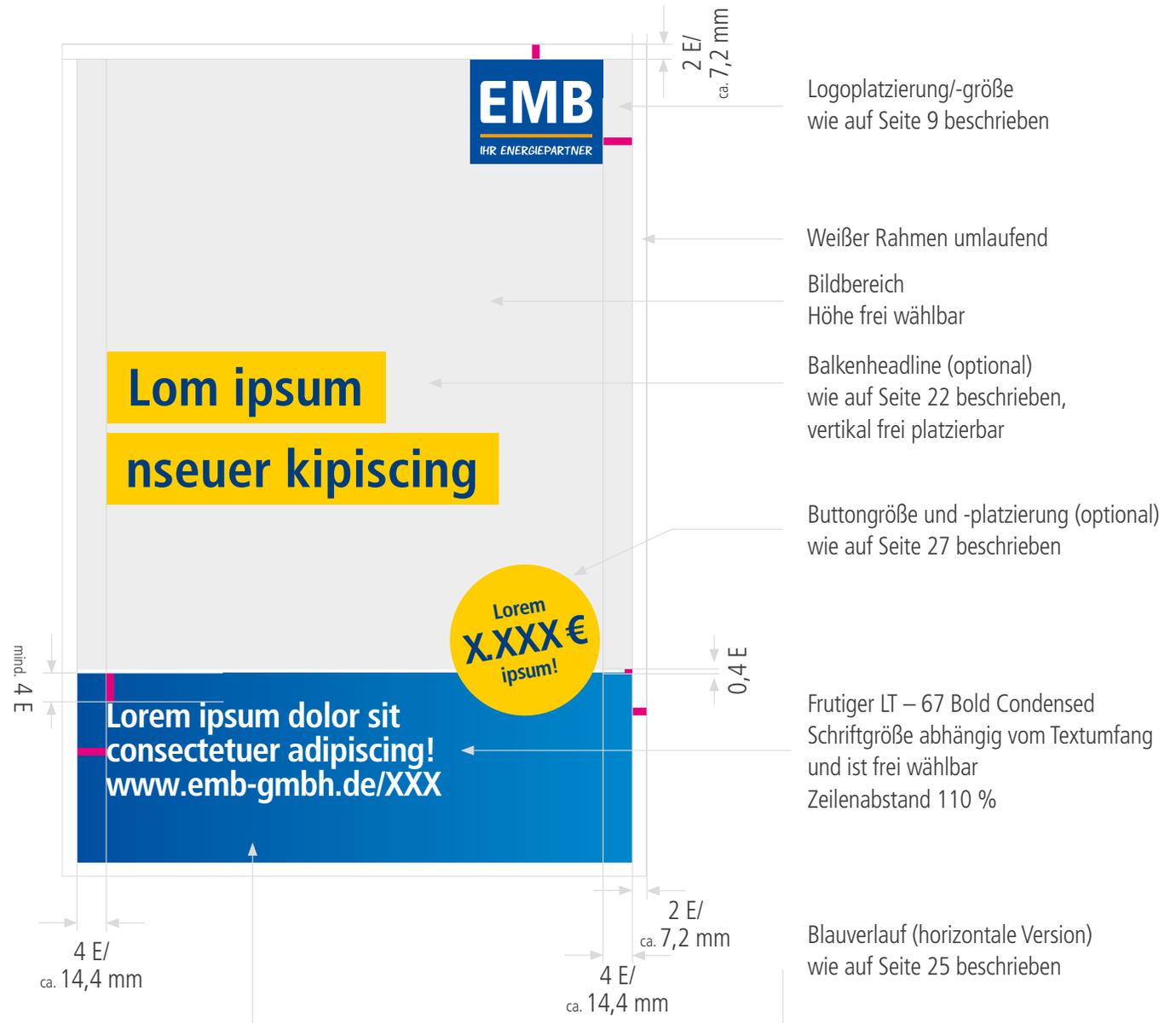
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.03

PLAKAT MIT BILD (QUERFORMAT)

Format: z. B. DIN A3 quer

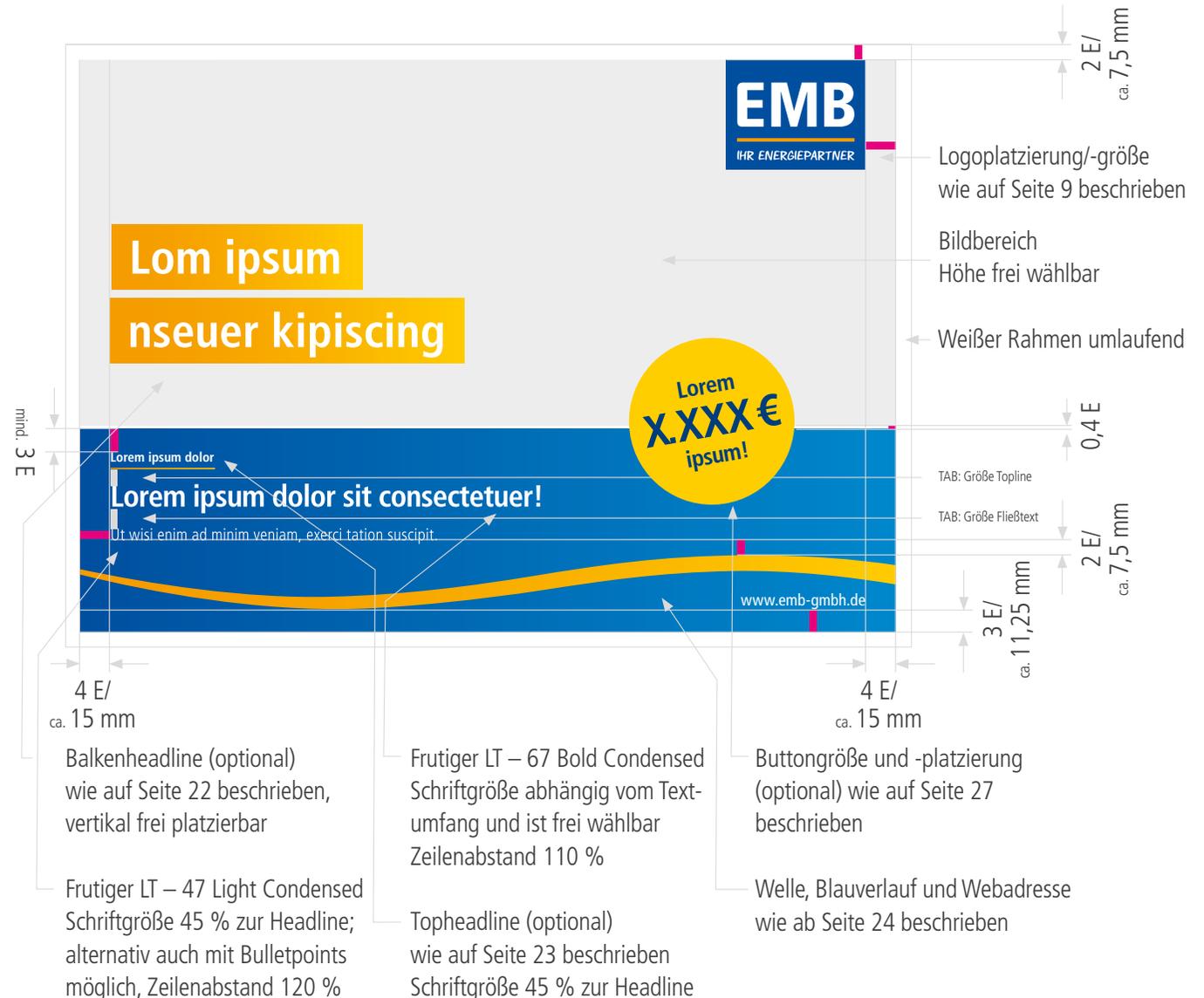
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.03

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

PLAKAT MIT BILD (QUERFORMAT)

Format: z. B. Großflächen- und 18/1-Plakate oder Traffic-Boards (Werbemittel für Außenwerbung/Kampagnen haben ein reduziertes, plakativeres Gestaltungsraster)

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.



2.03

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

PLAKAT MIT BILD

Varianten

Wichtig!

Der einfarbig gelbe EMB-Headlinebalken mit blauer Schrift kommt bei Werbemitteln für Außenwerbung und Kampagnen zum Einsatz (siehe Seite 22).

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

**30.000 Euro für 30 Vereine
mit starken Umweltideen!**

**Jetzt
bewerben!**

Vereinshelden aufgepasst, werdet zu Umwelthelden!
Wir sponsern nachhaltige Projekte eures Vereins: emb-gmbh.de/vereinsenergie

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

**Socken von Mama,
Tasse vom Töpfermarkt,
Ökogas von EMB.**

**Günstiges Ökogas* vom regionalen Energiepartner:
www.emb-gmbh.de/oekogas**

**Sichere
Versorgung für
Brandenburg**

* Ökogas erhalten Sie, wenn Sie zu Ihrem Erdgasliefervertrag die entsprechende Zusatzoption Klimafix wählen. Bei der Wahl der Option Klimafix werden die CO₂-Emissionen Ihres Erdgasverbrauchs über Erdoxidationsumwandlungsqualität zu 100 Prozent ausgeglichen.

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

**Auch wenn du mal blaumachst,
dein Strom ist grün!**

**Bis zu
100 €
Bonus
sichern!**

**Entspannt zum günstigen
EMB-Ökostrom wechseln:
www.emb-gmbh.de/oekostrom**

2.03

PLAKAT OHNE BILD (HOCHFORMAT)

Format: z. B. DIN A3 hoch

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 10 beschrieben

Topheadline (optional) wie auf Seite 23 beschrieben Schriftgröße 45 % zur Headline

Buttongröße und -platzierung (optional) wie auf Seite 27 beschrieben

Frutiger LT – 67 Bold Condensed Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar Zeilenabstand 110 %

Frutiger LT – 47 Light Condensed Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich Zeilenabstand 120 %

Welle, Blauverlauf (vertikale Version) und Webadresse wie ab Seite 24 beschrieben

Ohne weißen Rahmen

2.03

PLAKAT OHNE BILD (HOCHFORMAT)

Varianten

Wichtig!

Der einfarbig gelbe EMB-Headlinebalken mit blauer Schrift kommt bei Werbemitteln für Außenwerbung und Kampagnen zum Einsatz (siehe Seite 22).

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.03

PLAKAT OHNE BILD (QUERFORMAT)

Format: z. B. DIN A3 quer

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

The diagram shows a poster layout on a blue background with a yellow wavy line at the bottom. Annotations include:

- Top right: Logo 'EMB IHR ENERGIEPARTNER' with a height of 3 E / ca. 11,25 mm.
- Top left: 'Lorem ipsum dolor' with a height of 4 E / ca. 14,4 mm.
- Main headline: 'Lorem ipsum dolor sit consectetur adipiscing' with a height of 4 E / ca. 14,4 mm.
- Text block: 'Is wisi enim ad minim venia orem ipsum dolor, consectetur, exerci tation ullamcorper suscipit.' with a height of 4 E / ca. 14,4 mm.
- Yellow circle: 'Lorem X.XXX€ ipsum!' with a height of 3 E.
- Bottom right: 'www.emb-gmbh.de' with a height of 3 E.

Additional annotations on the right side:

- Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 10 beschrieben
- TAB: Größe Topline
- TAB: Größe Fließtext
- Ohne weißen Rahmen
- Buttongröße und -platzierung (optional) wie auf Seite 27 beschrieben
- Welle, Blauerlauf (vertikale Version) und Webadresse wie ab Seite 24 beschrieben

Font specifications:

- Frutiger LT – 47 Light Condensed Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich, Zeilenabstand 120 %
- Frutiger – LT 67 Bold Condensed Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar Zeilenabstand 110 %
- Topheadline (optional) wie auf Seite 23 beschrieben Schriftgröße 45 % zur Headline

2.04

ANZEIGE MIT BILD (HOCHFORMAT)

Format: z. B. B/H 59 x 144 mm

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur um den weißen Rahmen** **obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anschnittplatzierungen entfällt diese Kontur.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 9 beschrieben

Bildbereich Höhe frei wählbar

Balkenheadline (optional) wie auf Seite 22 beschrieben, vertikal frei platzierbar

Topheadline (optional) wie auf Seite 23 beschrieben Schriftgröße 45 % zur Headline

Buttongröße und -platzierung (optional) wie auf Seite 27 beschrieben

Frutiger LT – 67 Bold Condensed Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar Zeilenabstand 110 %

Frutiger LT – 47 Light Condensed Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich Zeilenabstand 120 %

Welle, Blauverlauf (horizontale Version) und Webadresse wie ab Seite 24 beschrieben

Weißer Rahmen umlaufend

Kontur 0,25 pt, EMB-Blau (bei Anzeigenplatzierung im Satzspiegel obligatorisch, bei Anschnittplatzierungen entfällt die Kontur)

2.04

ANZEIGE MIT BILD (QUERFORMAT)

Format: z. B. B/H 144 x 59 mm

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur um den weißen Rahmen obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anschnittplatzierungen entfällt diese Kontur.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Topheadline (optional)
wie auf Seite 23 beschrieben
Schriftgröße 45 % zur Headline

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom
Textumfang und ist frei wählbar
Zeilenabstand 110 %

Welle, Blauerlauf (horizontale
Version) und Webadresse wie ab
Seite 24 beschrieben

Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 45 % zur Headline;
alternativ auch mit Bulletpoints
möglich Zeilenabstand 120 %

Buttongröße und -platzierung
(optional) wie auf Seite 27
beschrieben

Bildbereich
Höhe frei wählbar

Balkenheadline (optional)
wie auf Seite 22 beschrieben,
vertikal frei platzierbar

Weißer Rahmen umlaufend
Kontur 0,25 pt, EMB-Blau
(bei Anzeigenplatzierung im Satzspiegel obligatorisch,
bei Anschnittplatzierungen entfällt die Kontur)

Logoplatzierung/-größe
wie auf Seite 9 beschrieben

2.04

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

ANZEIGE MIT BILD

Varianten Teil 1

Wichtig!

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur um den weißen Rahmen obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anchnittplatzierungen entfällt diese Kontur.

GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN

„Ich berate Sie individuell und persönlich – ganz in Ihrer Nähe.“

Klimaneutrales Ökostrom aus 100 Prozent Wasserkraft und noch viel mehr. Gern beraten wir Sie individuell zu Energielösungen, attraktiven Förderprogrammen, zu allen Fragen des effizienten Energieeinsatzes und zu innovativen Elektro-Mobilitätslösungen für Ihr Zuhause.

- » Vereinbaren Sie Ihren persönlichen Termin mit Nick Wichmann, Ihrem Berater im EMB-Kundenbüro Rathenow: Goethestraße 89, 14712 Rathenow
- » Oder besuchen Sie uns in einem unserer anderen 10 Kundenbüros in Brandenburg

Verlässlich seit über 30 Jahren!

www.emb-gmbh.de/kundenbueros

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Partner für Brandenburg

Momente voller Energie

Wir unterstützen gern das 10. BLANKIT FESTIVAL und wünschen euch viel Vergnügen.

www.emb-gmbh.de

GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN

„Ich berate Sie individuell und persönlich – ganz in Ihrer Nähe.“

Klimaneutrales Ökostrom aus 100 Prozent Wasserkraft und noch viel mehr. Gern beraten wir Sie individuell zu Energielösungen, attraktiven Förderprogrammen, zu allen Fragen des effizienten Energieeinsatzes und zu innovativen Elektro-Mobilitätslösungen für Ihr Zuhause.

Vereinbaren Sie Ihren persönlichen Termin mit Sylvia Howe, Ihrer Beraterin im EMB-Kundenbüro Werder:

- » Am Markt 5, 14542 Werder/avel
- » Telefon: 03227 781-100

Verlässlich seit über 30 Jahren!

www.emb-gmbh.de

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Exklusivpartner der U 17

Mit voller Energie

Wir unterstützen die Spielerinnen des 1. FC Turbine Potsdam 71 e. V. und wünschen eine erfolgreiche Saison 2022/23.

EMB – Ihr Energiepartner in Brandenburg.

Verlässliche Versorgung seit über 30 Jahren

www.emb-gmbh.de

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Partner der Region

So blüht Brandenburg!

Gemeinsam mit Ihnen lassen wir Brandenburg erblühen: als Co-Sponsor der Landesgartenschau, mit unserem langjährigen Engagement im regionalen Naturschutz und als Ihr Energiepartner für Ökostrom aus 100 Prozent Wasserkraft, umweltschonendes Gas und nachhaltige Energielösungen.

- » 11 Kundenbüros – auch in Ihrer Nähe
- » Service-Hotline: 033205 260-510

CO-SPONSOR DER
BEELITZ 2022
Landesgartenschau
14. APRIL BIS 31. OKTOBER

www.emb-gmbh.de

2.04

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

ANZEIGE MIT BILD

Varianten Teil 2

Wichtig!

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur um den weißen Rahmen obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anchnittplatzierungen entfällt diese Kontur.



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Teltower Stadtfest
01. – 03.10.2022

Engagiert für unsere Region

Wir lassen es rocken!

Wir unterstützen das Teltower Stadtfest und wünschen viel Spaß bei Musik, Kultur und Party.

Ökostrom aus 100 Prozent Wasserkraft, klimaneutrales Ökogas und innovative Energielösungen – kompetente Energieberatung ganz in Ihrer Nähe:

- » Kundenbüro Kleinmachnow, Förster-Funke-Allee 102, und in unseren 10 weiteren Kundenbüros in Brandenburg
- » Service-Hotline: 033205 260-510

www.emb-gmbh.de



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Auch wenn du mal blaumachst,
dein Strom ist grün!

Bis zu
100 € Bonus
sichert!

Entspannt zum günstigen EMB-Ökostrom wechseln:
www.emb-gmbh.de/oeko



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

EMB WärmePaket:
Die clevere Alternative
zum Heizungskauf!

Ab
90 €
im Monat!

Auch für Elektro-Wärmepumpen!

- » Ihre neue sparsame Gas-Brennwert- oder Strom-Heizung mit Rundum-sorglos-Paket
- » auch mit Solarthermie kombinierbar
- » www.emb-gmbh.de/waermepaket

*Einsparung pro Monat inkl. USt. für Installation, Programmierung, Wartung, Schornsteinputz, Instandhaltung und Ersatz bei Ausfall. Gilt nur für eine Gas-Brennwert-Heizung. Investitionsförderung 2024 € (inkl. USt.) & Abschreibung 11 Jahre. Vertragslaufzeit 10 Jahre für den Wärmehaushalt und die Energieerzeugung.



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

1.092 €
im ersten
Lehrjahr!

Wende Teil der
Energiewende sein willst.

www.emb-gmbh.de/ausbildung



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Verlässlich
seit über
30 Jahren!

GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN

„Wir beraten Sie individuell und persönlich – ganz in Ihrer Nähe.“

Klimaneutrales Ökogas, Ökostrom aus 100 Prozent Wasserkraft und noch viel mehr. Gern beraten wir Sie individuell zu Energielösungen, attraktiven Förderprogrammen, zu allen Fragen des effizienten Energieeinsatzes und zu innovativen Elektro-Mobilitätslösungen für Ihr Zuhause.

Vereinbaren Sie Ihren persönlichen Termin mit unseren Beraterinnen und Beratern in einem unserer 11 Kundenbüros in Brandenburg:

- » Kundenbüro Birkenwerder, Hauptstraße 21, 16547 Birkenwerder
- » Kundenbüro Granssee, Kirchplatz 3, 16775 Granssee
- » Kundenbüro Wittstock, Königstraße 11, 16909 Wittstock
- » Service-Hotline: 033205 260-510

www.emb-gmbh.de

2.04

ANZEIGE OHNE BILD AUF BLAUEN HINTERGRUND

Format: z. B. B/H 59 x 144 mm

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

3 E/
ca. 3,6 mm

Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 10 beschrieben

Topheadline (optional) wie auf Seite 23 beschrieben
Schriftgröße 45 % zur Headline

TAB: Größe Topline

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar
Zeilenabstand 110 %

TAB: Größe Fließtext

Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich
Zeilenabstand 120 %

Buttongröße und -platzierung (optional) wie auf Seite 27 beschrieben

Welle, Blauerlauf (vertikale Version) und Webadresse wie ab Seite 24 beschrieben

Ohne weißen Rahmen

4 E/ca. 4,8 mm

4 E/ca. 4,8 mm

www.emb-gmbh.de

2.04

ANZEIGE OHNE BILD AUF WEISSEN HINTERGRUND

Format: z. B. B/H 59 x 144 mm

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Textplatzierung in der Höhe ist frei wählbar. Zu beachten ist nur der Abstand zur unteren Welle (siehe Seite 24) und zum oberen Anzeigenrand (mind. 4 Einheiten).

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet werden und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anschnittplatzierungen entfällt diese Kontur.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT)

WERBEMITTEL

Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 10 beschrieben

Topheadline (optional) wie auf Seite 23 beschrieben
Schriftgröße 45 % zur Headline

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar
Zeilenabstand 110 %

Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich
Zeilenabstand 120 %

Buttongröße und -platzierung (optional) wie auf Seite 27 beschrieben

Welle und Webadresse wie auf Seite 24 beschrieben

Ohne weißen Rahmen
Kontur 0,25 pt, EMB-Blau
(bei Anzeigenplatzierung im Satzspiegel obligatorisch, bei Anschnittplatzierungen entfällt die Kontur)

2.04

ANZEIGE OHNE BILD AUF WEISSEN HINTERGRUND BEI NUR WENIG INHALT

Format: z. B. B/H 59 x 144 mm

Wichtig!

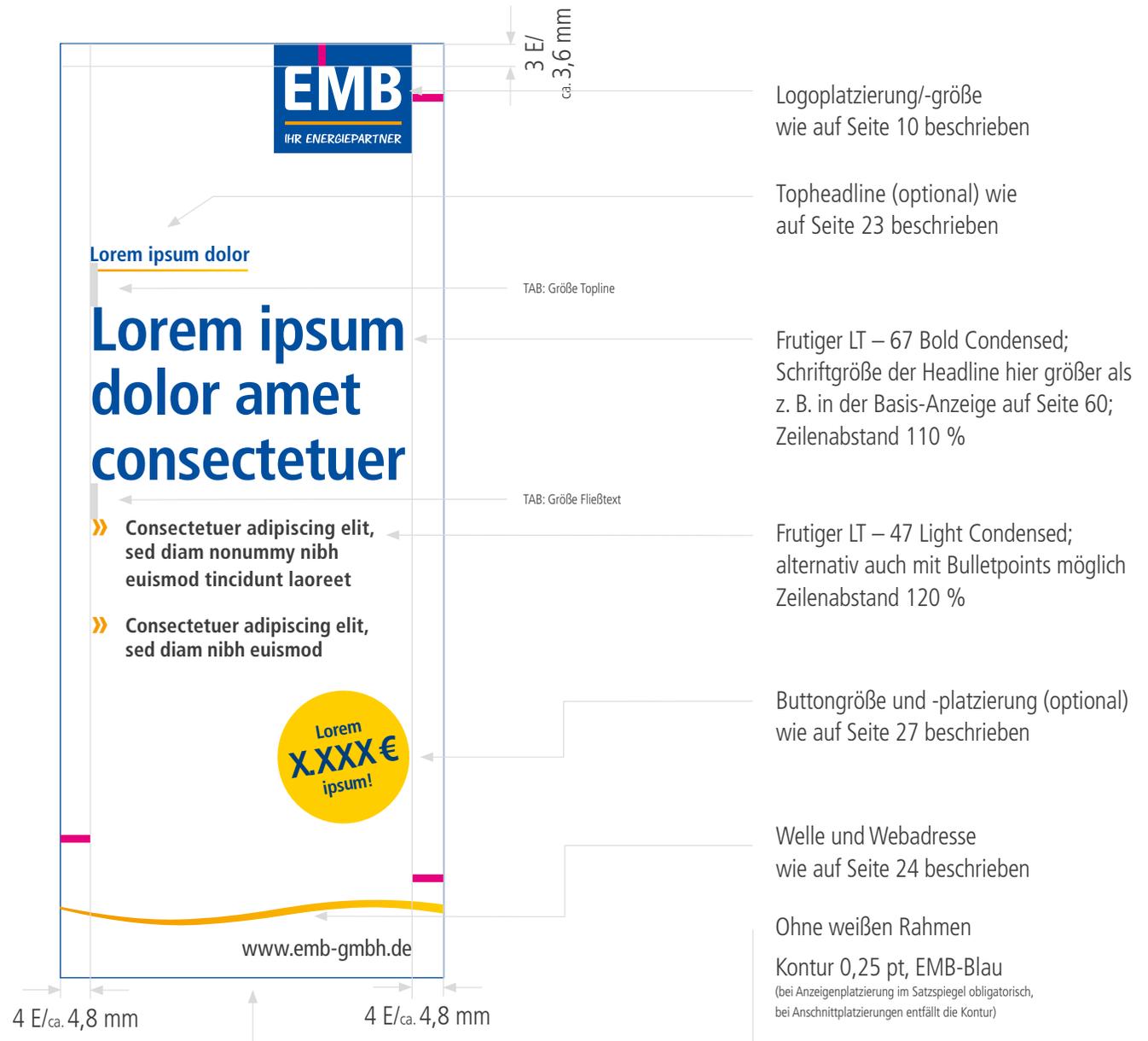
Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe rechtsseitig abgebildetes Beispiel). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anschnittplatzierungen entfällt diese Kontur.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.04

ANZEIGE OHNE BILD AUF WEISSEN HINTERGRUND (QUERFORMAT)

Format: z. B. B/H 59 x 144 mm

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Textplatzierung in der Höhe ist frei wählbar. Zu beachten ist nur der Abstand zur unteren Welle (siehe Seite 24) und zum oberen Anzeigenrand (mind. 4 Einheiten).

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet werden und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anschnittplatzierungen entfällt diese Kontur.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.04

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

ANZEIGE OHNE BILD AUF WEISSEN HINTERGRUND

Varianten

Wichtig!

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anschnittplatzierungen entfällt diese Kontur.



GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN

Energieberatung ganz in Ihrer Nähe!

- » EMB-Energiehaus, Büdnergasse 1, 14552 Michendorf
- » Kundenbüro Werder, Am Markt 5, 14542 Werder/Havel
- » Kundenbüro Beelitz, Poststraße 9, 14547 Beelitz
- » Kundenbüro Kleinmachnow, Förster-Funke-Allee 102, 14532 Kleinmachnow
- » Kostenfreie Service-Hotline: 0800 0 7495-10

Sponsor der LAGA Beelitz 2022

www.emb-gmbh.de



GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN

Wir liefern Energie – und wünschen als Sponsor viel Spaß

- » Kundenbüro Rathenow, Goethestraße 89, 14712 Rathenow und in unseren 10 weiteren Kundenbüros in Brandenburg

www.emb-gmbh.de/kundenbueros



GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN

Energieberatung ganz in Ihrer Nähe!

- » Kundenbüro Birkenwerder, Hauptstraße 21, 16547 Birkenwerder und in unseren 10 weiteren Kundenbüros in Brandenburg

Verlässlich seit über 30 Jahren!

www.emb-gmbh.de/kundenbueros



GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN

Energieberatung ganz in Ihrer Nähe!

- » Kundenbüro Kleinmachnow, Förster-Funke-Allee 102, 14532 Kleinmachnow und in unseren 10 weiteren Kundenbüros in Brandenburg
- » Kostenfreie Service-Hotline: 0800 0 7495-10

Verlässlich seit über 30 Jahren!

www.emb-gmbh.de

2.05

ROLL-UP MIT BILD

Format: z. B. B/H 85 x 200 cm

Unter Berücksichtigung der Blickhöhe sollten relevante Inhalte und grafische Elemente etwas höher platziert werden. Zu beachten sind auch die Bereiche, die durch die Halterungen verdeckt werden (z. B. Logo, Webadresse oder Welle).

In Ausnahmefällen ist auch ein vollflächiges Bild möglich.

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 9 beschrieben

Bildbereich Höhe frei wählbar

Topheadline (optional) wie auf Seite 23 beschrieben Schriftgröße 45 % zur Headline

Buttongröße und -platzierung (optional) wie auf Seite 27 beschrieben

Frutiger LT – 67 Bold Condensed Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar Zeilenabstand 110 %

Frutiger LT – 47 Light Condensed Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich Zeilenabstand 120 %

Weißer Rahmen umlaufend

Welle, Blauerlauf (horizontale Version) und Webadresse wie ab Seite 24 beschrieben

2.05

ROLL-UP OHNE BILD AUF BLAUEN HINTERGRUND

Format: z. B. B/H 85 x 200 cm

Gleiche Verfahrensweise wie auf der vorhergehenden Seite beschrieben.

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 10 beschrieben; **hier exemplarisch mit größerem Logo (38 %, siehe auch Seite 10)**

Topheadline (optional)
wie auf Seite 23 beschrieben
Schriftgröße 45 % zur Headline

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom Textumfang
und ist frei wählbar
Zeilenabstand 110 %

Buttongröße und -platzierung (optional)
wie auf Seite 27 beschrieben

Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ
auch mit Bulletpoints möglich
Zeilenabstand 120 %

Welle, Blauverlauf (horizontale Version)
wie ab Seite 24 beschrieben

Ohne weißen Rahmen

2.05

ROLL-UP OHNE BILD AUF WEISSEN HINTERGRUND

Format: z. B. B/H 85 x 200 cm

Gleiche Verfahrensweise wie auf der vorhergehenden Seite beschrieben.

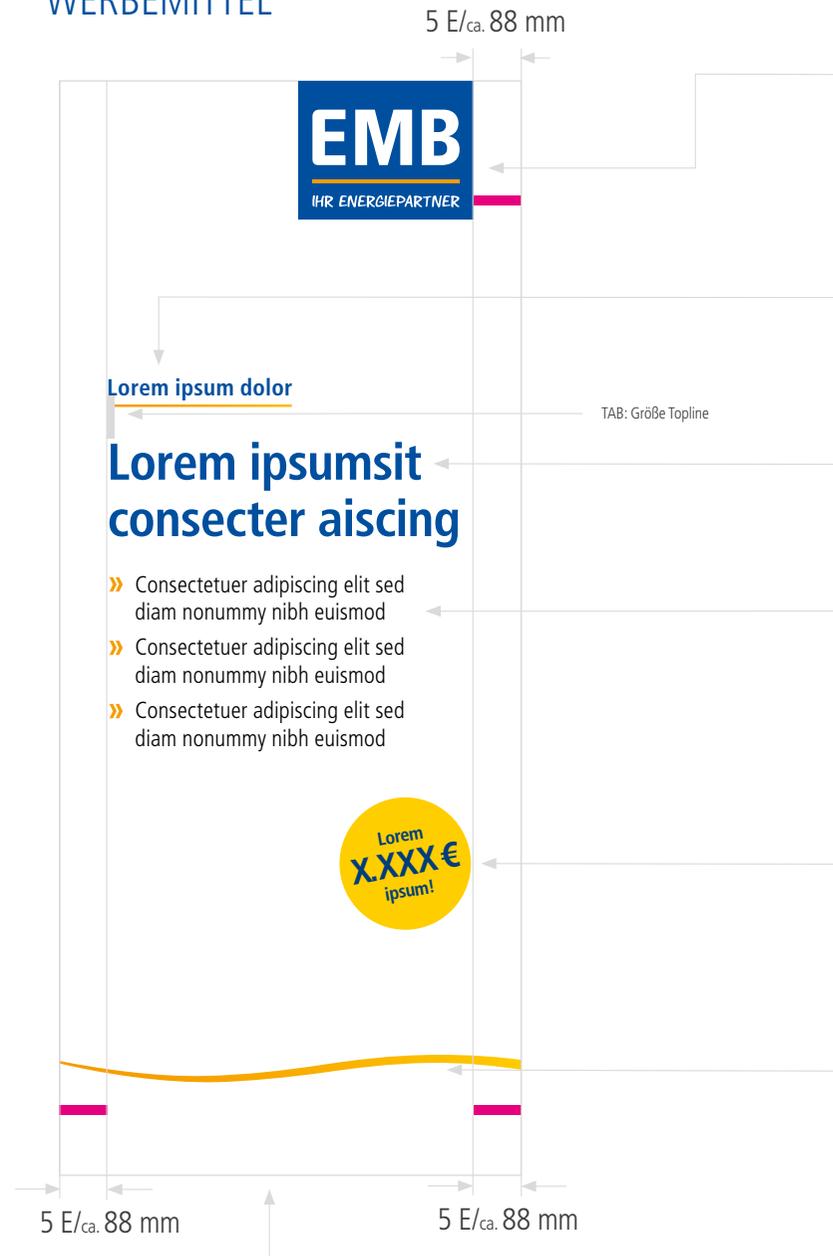
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



Logoplatzierung/-größe wie auf Seite 10 beschrieben; **hier exemplarisch mit größerem Logo (38 %, siehe auch Seite 10)**

Topheadline (optional)
wie auf Seite 23 beschrieben
Schriftgröße 45 % zur Headline

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom Textumfang
und ist frei wählbar
Zeilenabstand 110 %

Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ
auch mit Bulletpoints möglich
Zeilenabstand 120 %

Buttongröße und -platzierung (optional)
wie auf Seite 27 beschrieben

Welle wie ab Seite 24 beschrieben

Ohne weißen Rahmen

2.05

ROLL-UPS MIT UND OHNE BILD

Varianten

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Ab
90 €
pro Monat

EMB WärmePaket

Die clevere Alternative zum Heizungskauf!

- » Ihre neue sparsame Heizung mit Rundum-sorglos-Paket
- » für Elektro-Wärmepumpen und Gas-Brennwert
- » auch mit Solarthermie kombinierbar

www.emb-gmbh.de/waermepaket

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN

Ihr Energiepartner in Brandenburg

EMB
IHR ENERGIEPARTNER

EMB WärmePaket

Die clevere Alternative zum Heizungskauf!

- » Ihre neue sparsame Heizung mit Rundum-sorglos-Paket
- » für Elektro-Wärmepumpen und Gas-Brennwert
- » auch mit Solarthermie kombinierbar

2.06

FAHRZEUGBESCHRIFTUNG

Die Abbildungen dienen als Vorlage für die Beklebungen. Abweichungen sind mit der CD-Abteilung abzustimmen.

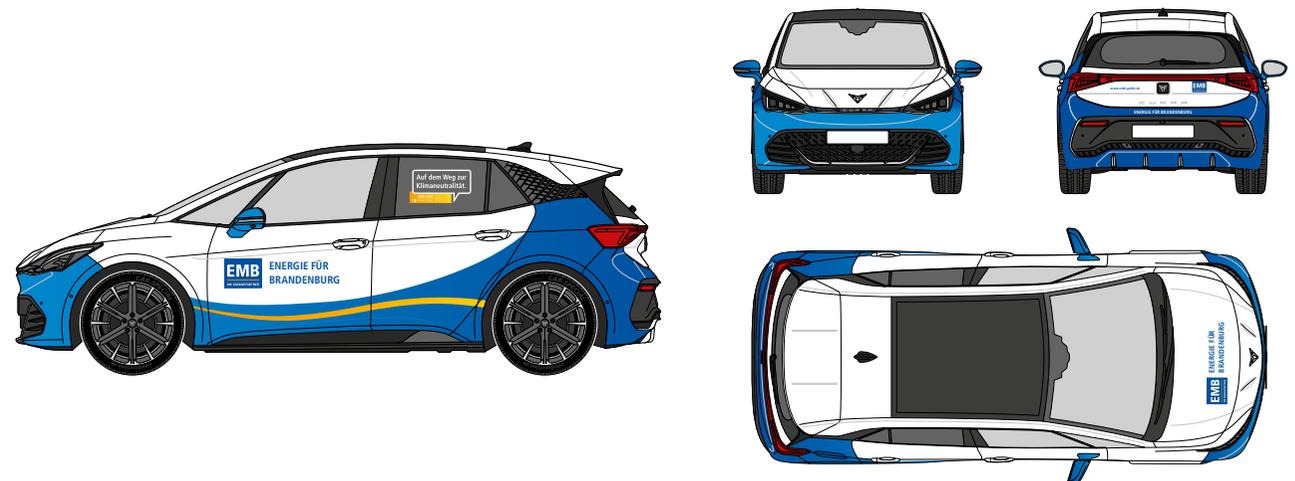
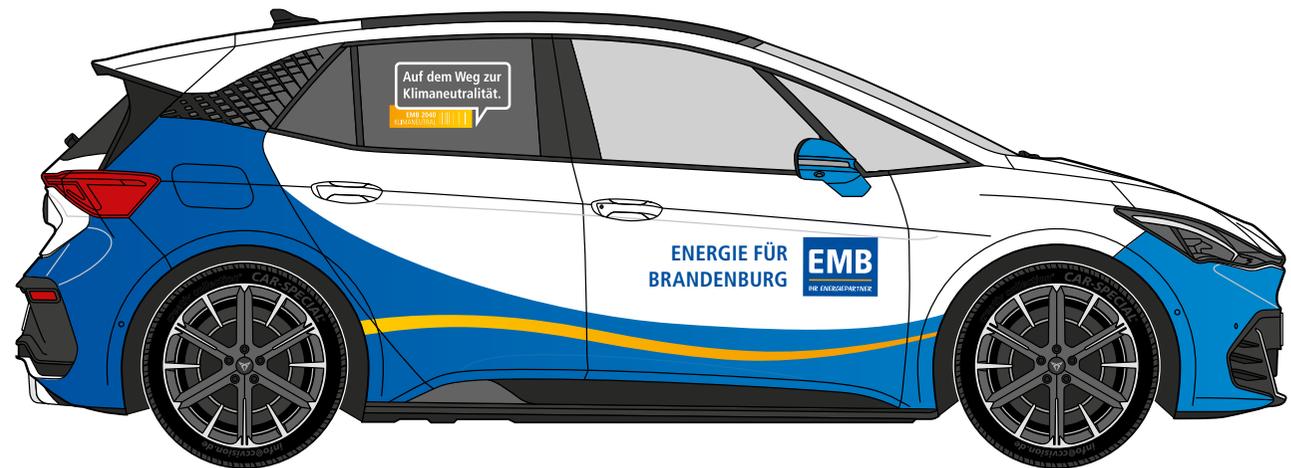
Für die Heckbeschriftung stehen zwei Möglichkeiten zur Auswahl:

- **ENERGIE FÜR BRANDENBURG**
- **GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN**

Die Fahrzeugbeklebungen werden um den unten abgebildeten Scheibenaufkleber ergänzt.



LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

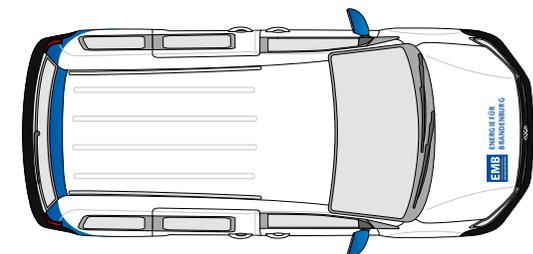
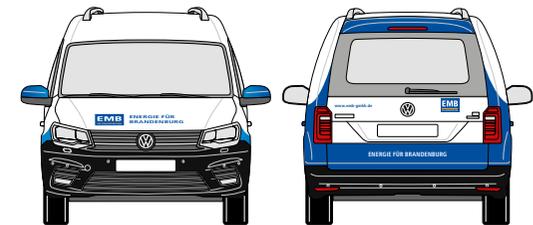
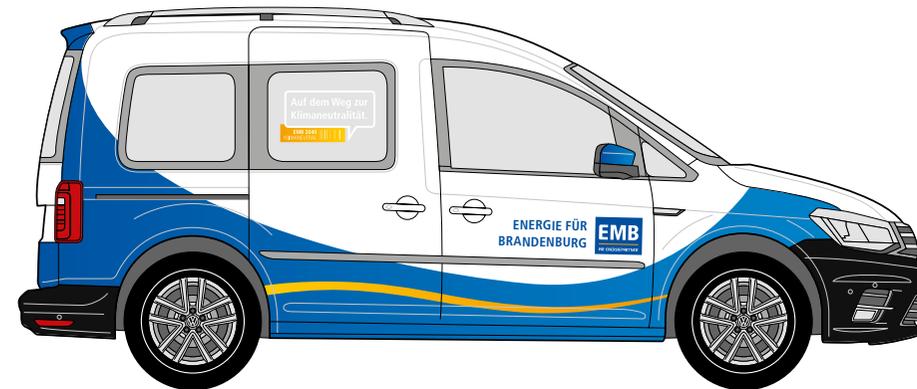


2.06

FAHRZEUGBESCHRIFTUNG (FORTSETZUNG)

Am Beispiel eines Vans.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.06

FAHRZEUGBESCHRIFTUNG (FORTSETZUNG)

Ausnahme/Sonderfall.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

Ausnahme/Sonderfall



2.07

STROM-LADESÄULE

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL



2.07

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) WERBEMITTEL

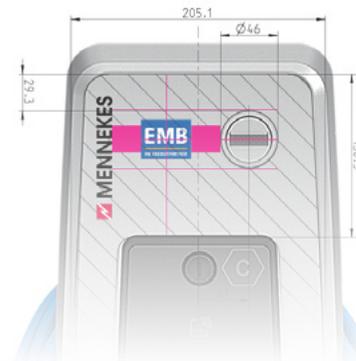
WALLBOXEN (LOGOAUFKLEBER)

Für die von der EMB vermarkteten Wallboxen/Heimladestationen der Firma MENNEKES werden den Installateuren separate Aufkleber mit dem Logo der EMB zur Verfügung gestellt.

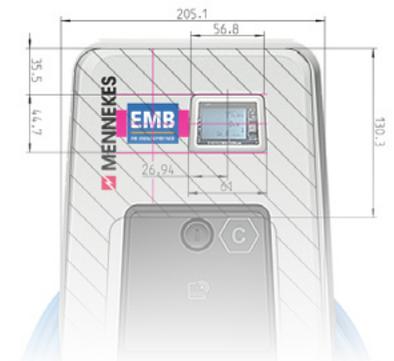
AMTRON Compact 2.0 11 C2
4 x 3,1 cm



AMTRON Charge Control 11 C2
4 x 3,1 cm



AMTRON Professional
4 x 3,1 cm



2.08

BRIEFBOGEN

Format: DIN A4

Auf die Welle wurde hierbei verzichtet, da diese – sofern der Briefbogen über das System ausgedruckt/generiert wird – nicht bis in den Anschnitt platziert werden kann und die Welle somit frei schweben würde.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

EMB Energie Brandenburg GmbH
Büdnergasse 1 · 14552 Michendorf

Betreff max. 2 Zeilen

Sehr geehrter Herr Mustermann,

Mit freundlichen Grüßen

Vorname Nachname



EMB Energie Brandenburg GmbH
Büdnergasse 1
14552 Michendorf
Telefon 033205 260-0
Telefax 033205 260-300
E-Mail info@emb-gmbh.de
Internet www.emb-gmbh.de

Ihr Kontakt:
Vorname Nachname
Durchwahl
Unser Zeichen

Michendorf, Datum

Sitz der Gesellschaft: Michendorf
Amtsgericht Potsdam HRB 1680
Geschäftsführer: Dr. Jens Horn, Kathrin Jung

Bankverbindung: Commerzbank Potsdam
IBAN: DE39 1608 0000 4200 2450 00
BIC (SWIFT): DRESDEF160



2.09

VISITENKARTE

Format: B/H 85 x 55 mm

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (PRINT) GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Vorderseite



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Max Mustermann
Position
Abteilung

Telefon: 033205 260-1234 **EMB Energie Brandenburg GmbH**
Telefax: 033205 260-567 Büdnergasse 1
Mobil: 0170 1 2345-67 14552 Michendorf
E-Mail: mustermann.m@emb-gmbh.de

Rückseite





**Unsere Region
mit Energie gestalten**

www.emb-gmbh.de

MANUAL | V01 | 2024

Basiselemente, Layoutraster und Anwendungsbeispiele EMB Energie Brandenburg GmbH (online/digital)

3.01

EMB-FARBWELT ONLINE/DIGITAL

Für „digitale Anwendungen“ werden die Primär- und Sekundärfarben genutzt.

Die Abstufungen des Farbklimas werden in 70 %, 40 %, 20 % genutzt.

Die Grundfarben dürfen als Vollfläche genutzt werden.

BASISELEMENTE EMB (ONLINE/DIGITAL) FARBEN

Primärfarbe EMB-Blau

RGB 0 - 79 - 159 HEX #004f9f	
HEX #4c83bc	70 %
HEX #99b9d9	40 %
HEX #ccdcec	20 %

Primärfarbe EMB-Orange

RGB 245 - 156 - 0 HEX #f59c00	
HEX #f8ba4c	70 %
HEX #fbd799	40 %
HEX #fdebcc	20 %

Sekundärfarben EMB-Hellblau

RGB 0 - 135 - 204 HEX #0087cc	
HEX #4cabdb	70 %
HEX #99cfcb	40 %
HEX #cce7f5	20 %

Sekundärfarben EMB-Gelb

RGB 255 - 207 - 33 HEX #ffc21	
HEX #ffd63	70 %
HEX #ffeca6	40 %
HEX #fff5d3	20 %

3.01

EMB-FARBWELT ONLINE/DIGITAL (FORTSETZUNG)

Des Weiteren werden die nebenstehenden Funktionsfarben ergänzend genutzt.

BASISELEMENTE EMB (ONLINE/DIGITAL) FARBEN

Rot (Fehlermeldungen)

RGB 255 - 77 - 61

HEX #ff4d3d

Grün (Bestätigungsmeldung)

RGB 116 - 210 - 49

HEX #74d231

3.02

EMB-SCHRIFTWELT ONLINE/DIGITAL

Für die Kommunikation im Web wird die Google Font „Open Sans“ genutzt. Diese ist für jeden frei zugänglich über die Webseite:

<https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans>

Anwendung findet diese Schrift in nebenstehenden Schriftschnitten.

Wichtig!

In Office-Anwendungen ist Arial die eingesetzte Schriftart (siehe Seite 18).

BASISELEMENTE EMB (ONLINE/DIGITAL) SCHRIFT

Open Sans – Light (Fließtexte, Headlines)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Open Sans – Regular (Zwischenheadlines, Webadressen, Hervorhebungen)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Open Sans – Bold (Headlines, Topheadline, Hervorhebungen)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

3.03

WEBSITE

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WEBSITE

The screenshot displays the EMB website interface. At the top, there is a navigation bar with the EMB logo and menu items: Gas, Ökostrom, Energielösungen, Mobilität, Service, Geschäftskunden, Über uns, Karriere, and a Login button. Below the navigation bar is a hero section featuring a photograph of a smiling man and two children. A yellow banner reads "ENERGIE FÜR BRANDENBURG." Below the photo is a form with two tabs: "Ökostrom" and "Gas". The form includes a postal code input field, a household size selector set to "1 Person im Haushalt", and a kWh input field set to "1500". A blue button labeled "Jetzt Tarif berechnen" is positioned to the right of the kWh field. Below the form, there is a section titled "Informationen zur aktuellen Lage" with a paragraph of text and a list of seven expandable links, each with a plus icon.

Informationen zur aktuellen Lage

Liebe Kundinnen und Kunden, aktuell befinden wir uns in der Umsetzung der Aktivitäten zur Energiepreisbremse. Daher kommt es zurzeit zu längeren Wartezeiten und eingeschränkten Services.

Wichtige Informationen: Die Kundeninformationen zur Energiepreisbremse sind größtenteils versendet. Dennoch kann es vereinzelt zu verspäteten Zustellungen kommen. Dafür bitten wir um Ihr Verständnis.

- Informationen zu den Energiepreisbremsen
- Alle Informationen zur Umsatzsteuer
- Informationen zur Gasbeschaffungsumlage
- Service und Informationen zu aktuellen Preisanpassungen
- Service und Information bei Zahlungsverzug
- Aktuelle Lage zur Energieversorgung in Brandenburg
- Alle Informationen zur Energieeinsparverordnung
- Energiesperren-Soforthilfe Land Brandenburg



EMB VereinsEnergie 2023

Jetzt bewerben für unseren Sponsoring-Wettbewerb!

3.03

WEBSITE (BUTTONS UND LINKS)

Für Buttons auf der Website werden das „EMB-Orange“ sowie das „EMB-Blau“ verwendet. Zusätzlich können Buttons mit Outline in beiden Farben eingesetzt werden.

Für weiterführende Links und Textverlinkungen wird das „EMB-Orange“ verwendet.

Texte innerhalb von Buttons werden zentriert, weiterführende Links werden linksbündig gesetzt.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WEBSITE

Aktiv	Hover	Invers
		
		
		
		
		
→ Weiterführender Link	→ <u>Weiterführender Link</u>	
Text-Link	<u>Text-Link</u>	

3.04

ONLINEBANNER

Format: Medium Rectangle (B/H 300 x 250 px)

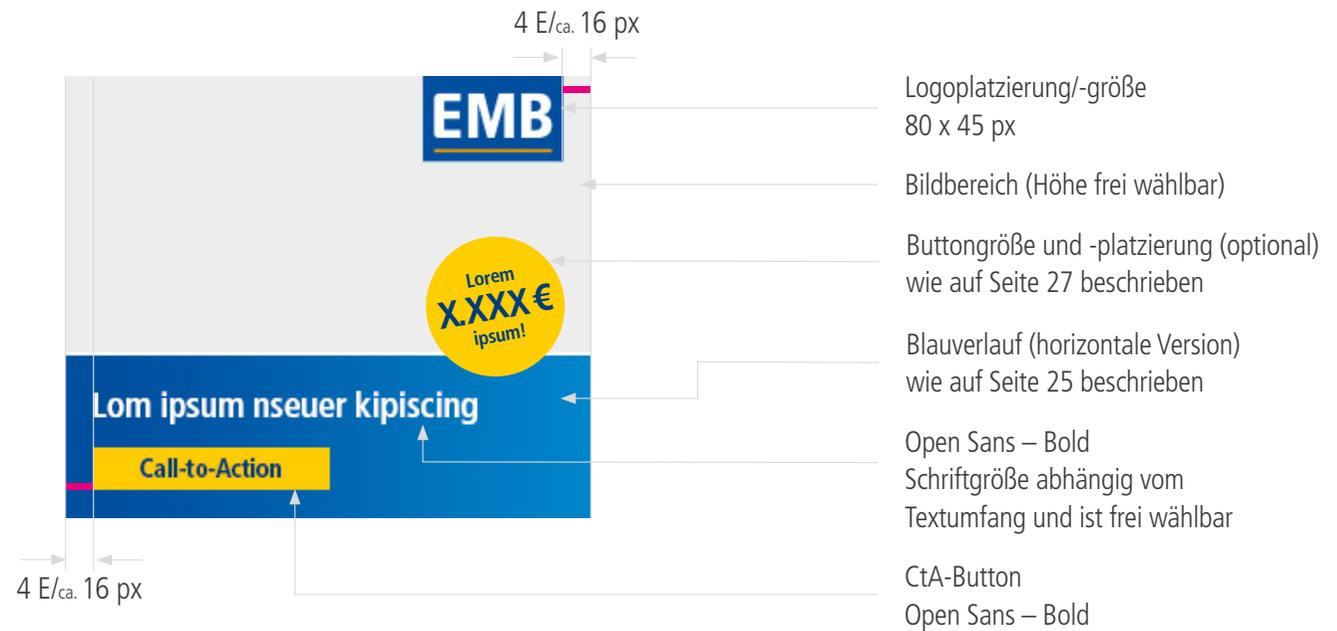
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

In der Regel wird die Logokurzform verwendet.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Version oder Sequenz mit Bild



3.04

ONLINEBANNER (FORTSETZUNG)

Format: Medium Rectangle (B/H 300 x 250 px)

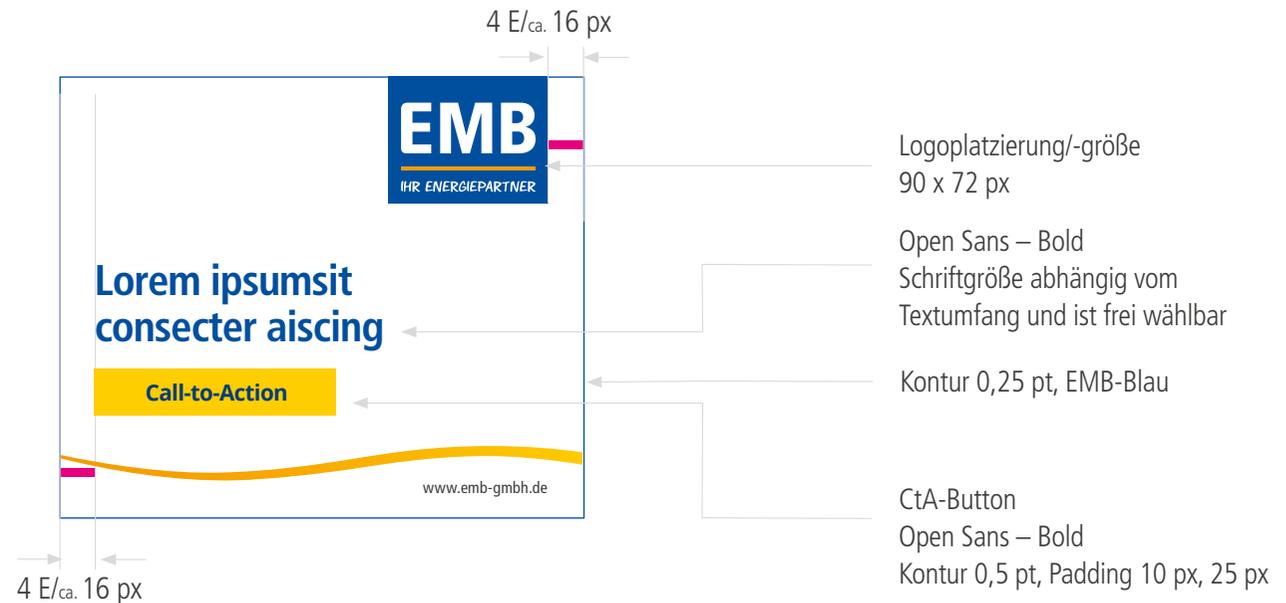
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Bei Onlinebannern mit wenig Inhalt kann auch die Basisversion des Logos eingesetzt werden.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Version oder Sequenz ohne Bild mit weißem Hintergrund



3.04

ONLINEBANNER (FORTSETZUNG)

Format: Medium Rectangle (B/H 300 x 250 px)

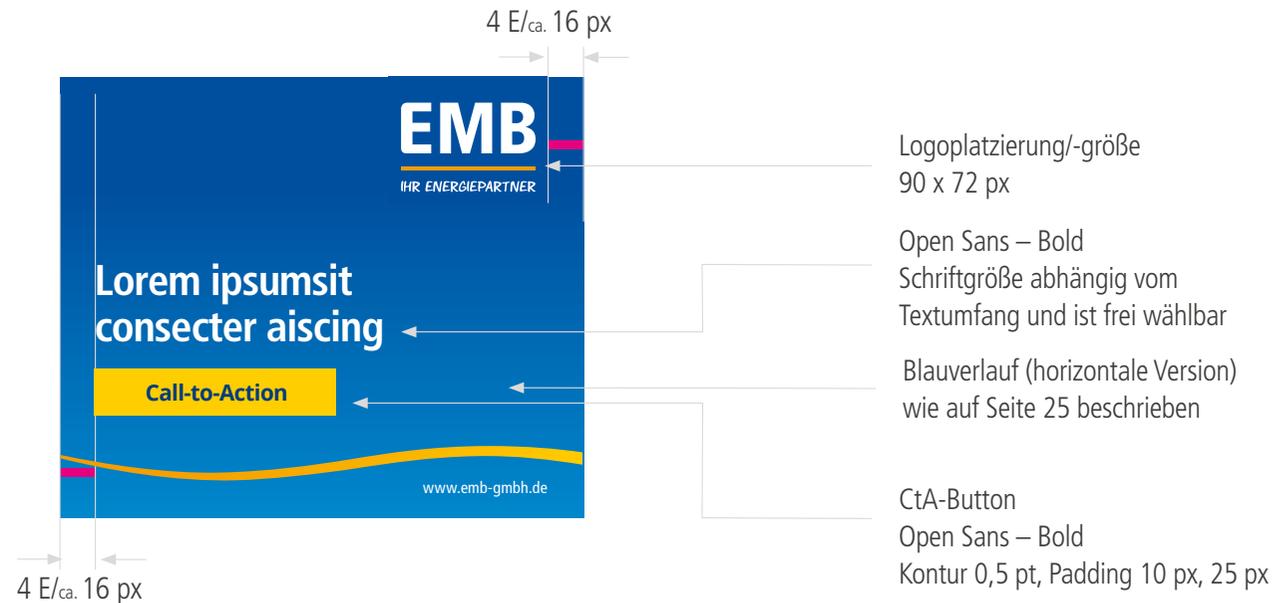
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Bei Onlinebannern mit wenig Inhalt kann auch die Basisversion des Logos eingesetzt werden.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Version oder Sequenz ohne Bild mit blauen Hintergrund (alternativ mit vollflächigem Bild)



3.04

ONLINEBANNER (FORTSETZUNG)

Format: Skyscraper (B/H 120 x 600 px)

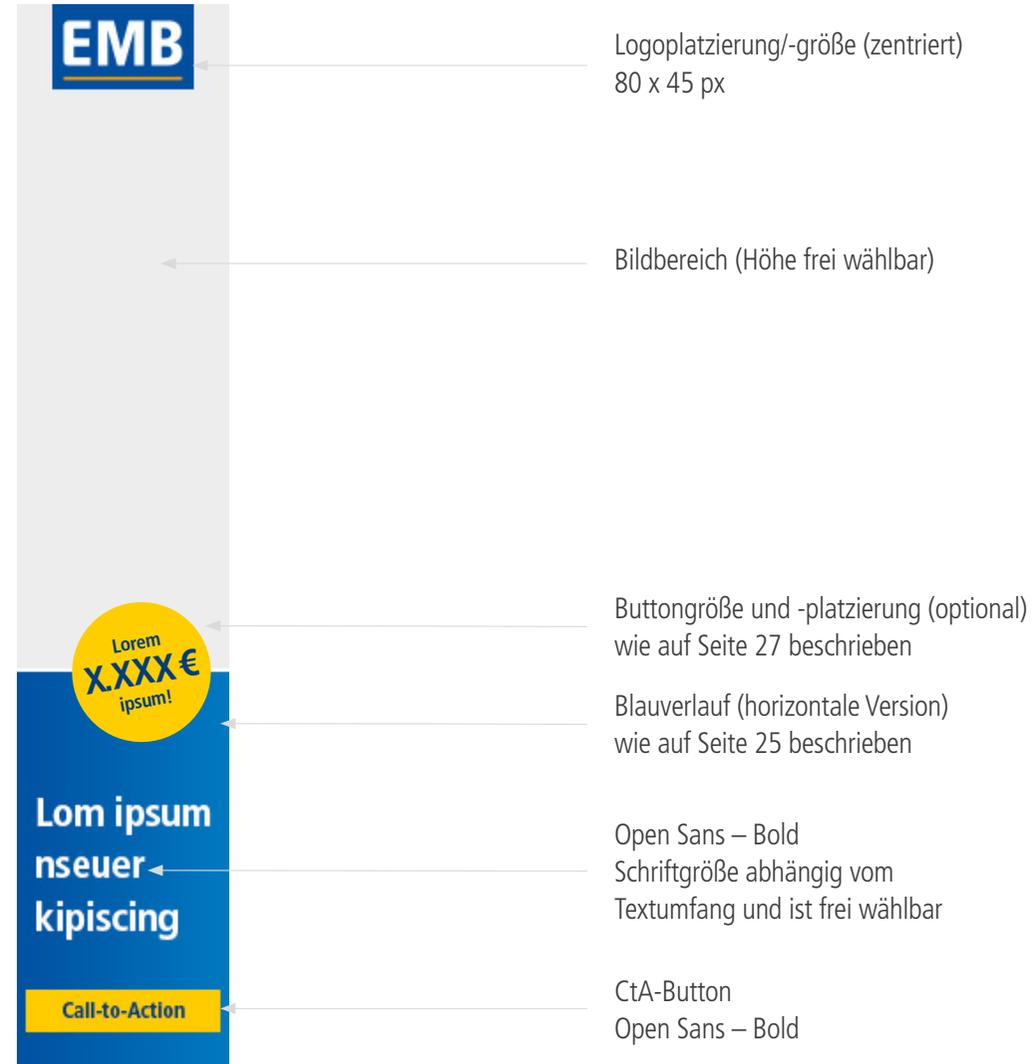
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

In der Regel wird die Logokurzform verwendet.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Version oder Sequenz mit Bild



3.04

ONLINEBANNER (FORTSETZUNG)

Format: Skyscraper (B/H 120 x 600 px)

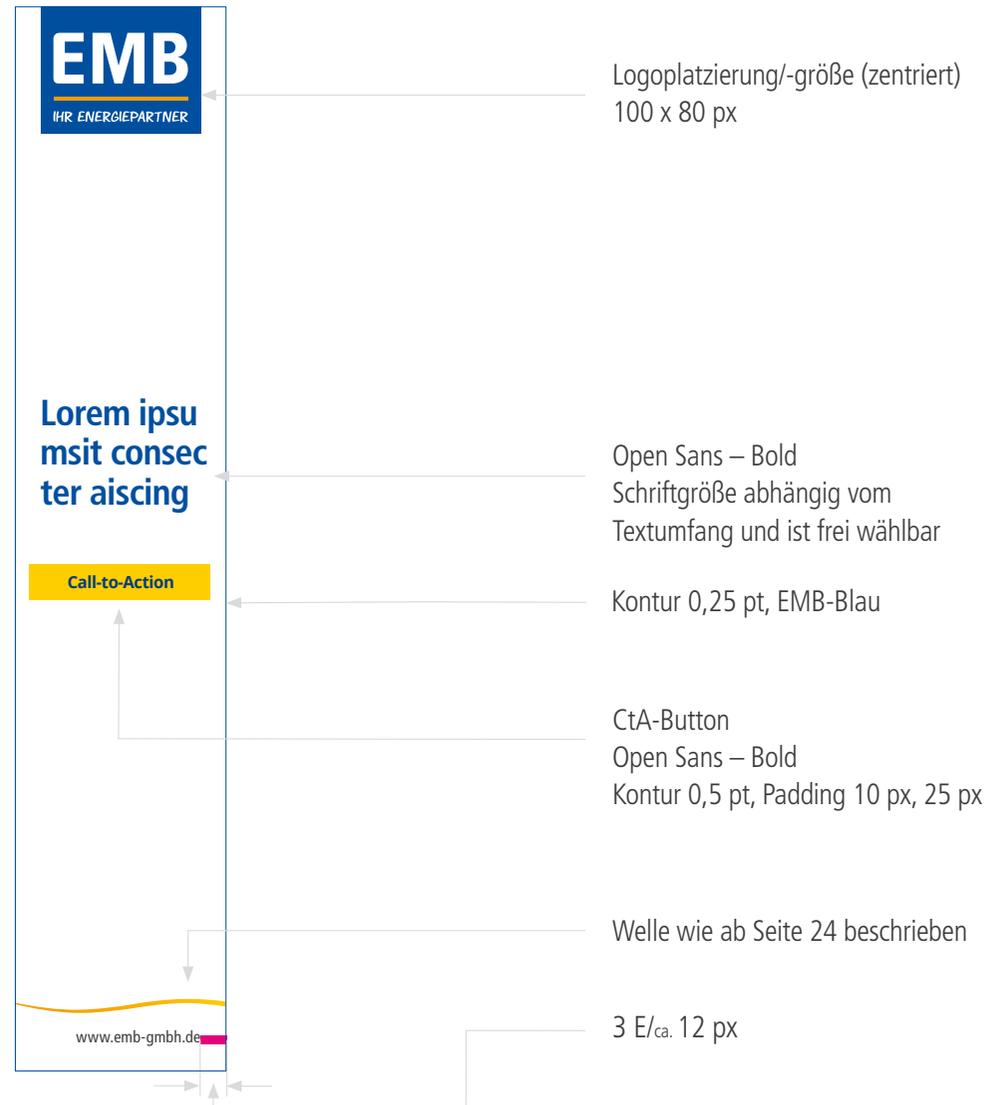
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Bei Onlinebannern mit wenig Inhalt kann auch die Basisversion des Logos eingesetzt werden.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Version oder Sequenz ohne Bild mit weißen Hintergrund



3.04

ONLINEBANNER (FORTSETZUNG)

Format: Skyscraper (B/H 120 x 600 px)

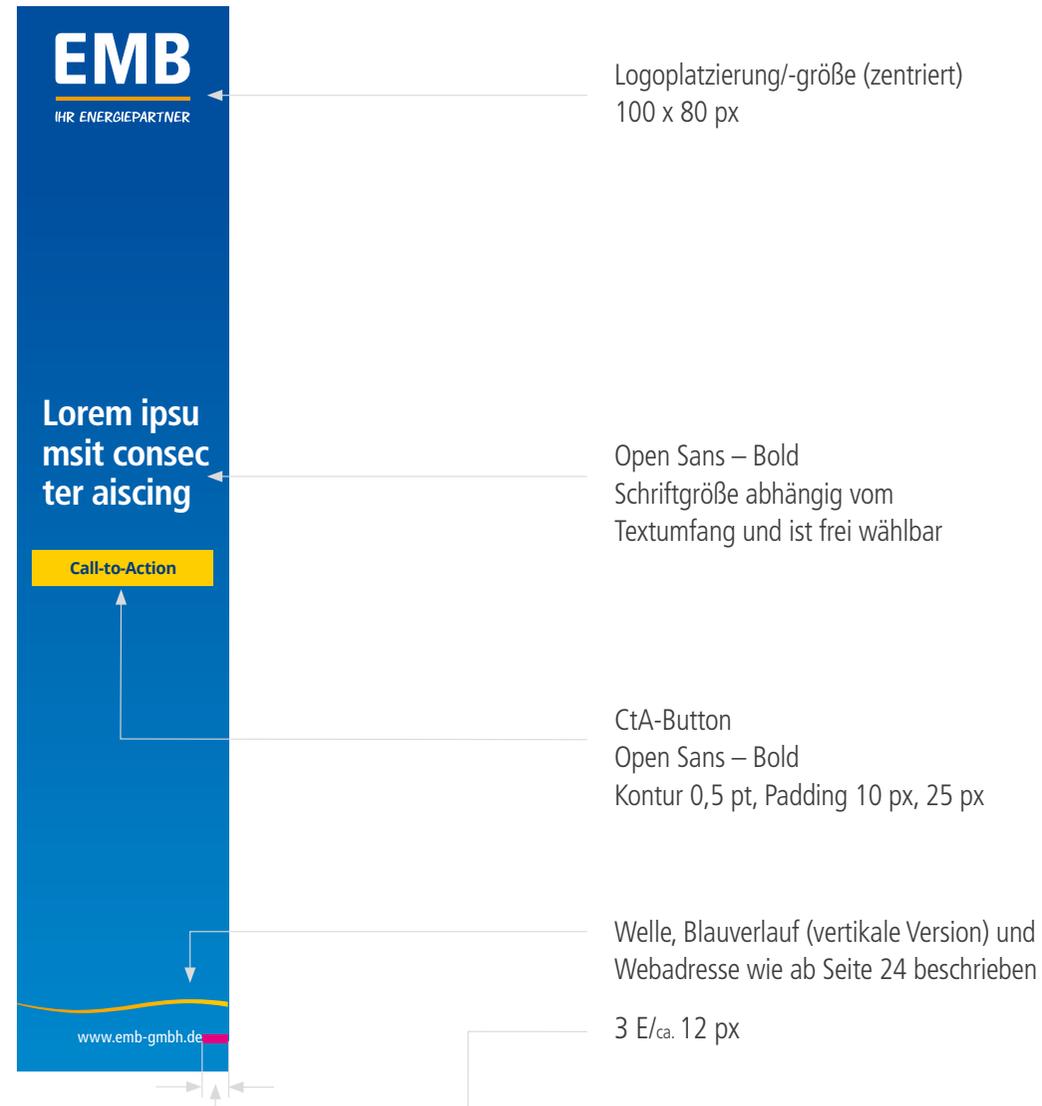
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Bei Onlinebannern mit wenig Inhalt kann auch die Basisversion des Logos eingesetzt werden.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Version oder Sequenz ohne Bild mit blauen Hintergrund (alternativ mit vollflächigem Bild)



3.04

ONLINEBANNER (FORTSETZUNG)

Format: B/H 468 x 60 px (kleines Querformat) und B/H 728 x 90 px (großes Querformat)

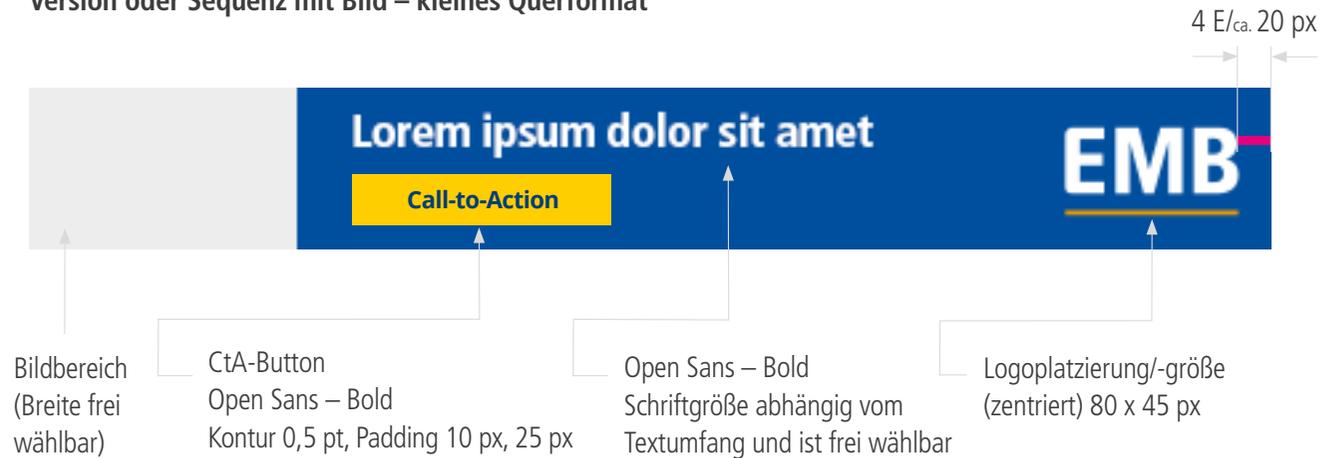
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

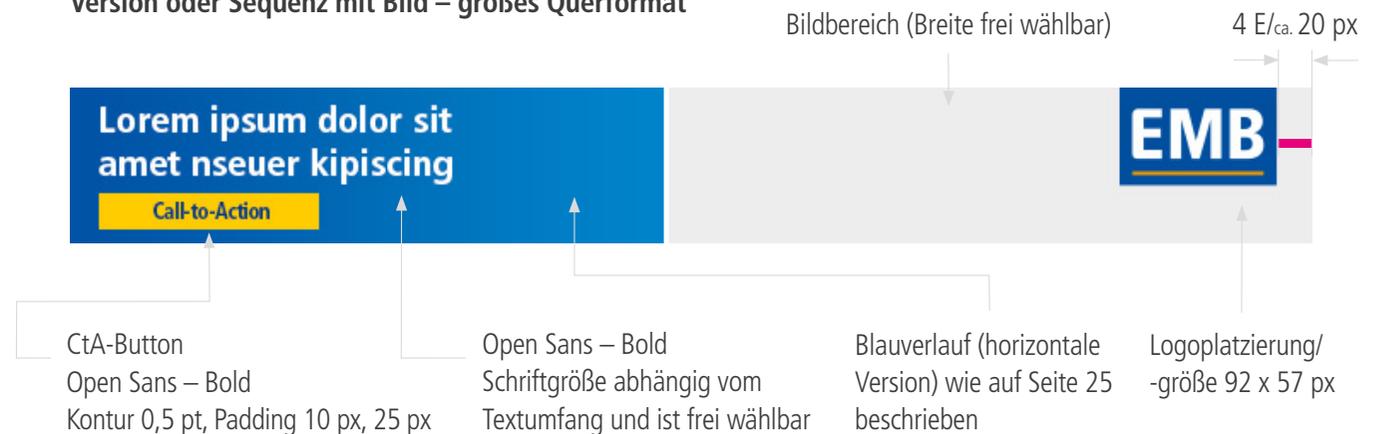
Aufgrund der rechtsseitigen Platzierung des Logos kann hier kein Blauverlauf im Hintergrund eingesetzt werden. Gleiches gilt, wenn im Rahmen von Animationssequenzen der blaue Hintergrundbereich auf das gesamte Bannerformat aufgezogen wird und das Logo bspw. von oben in den mittleren Bereich „wandert“. Um Differenzen mit der Logofarbe und der Hintergrundfarbe vorzubeugen, wird der Hintergrund stattdessen nur in der Vollfarbe „EMB-Blau“ ohne Verlauf eingefärbt.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Version oder Sequenz mit Bild – kleines Querformat



Version oder Sequenz mit Bild – großes Querformat



3.04

ONLINEBANNER (FORTSETZUNG)

Format: Superbanner (B/H 468 x 60 px)

Wichtig!

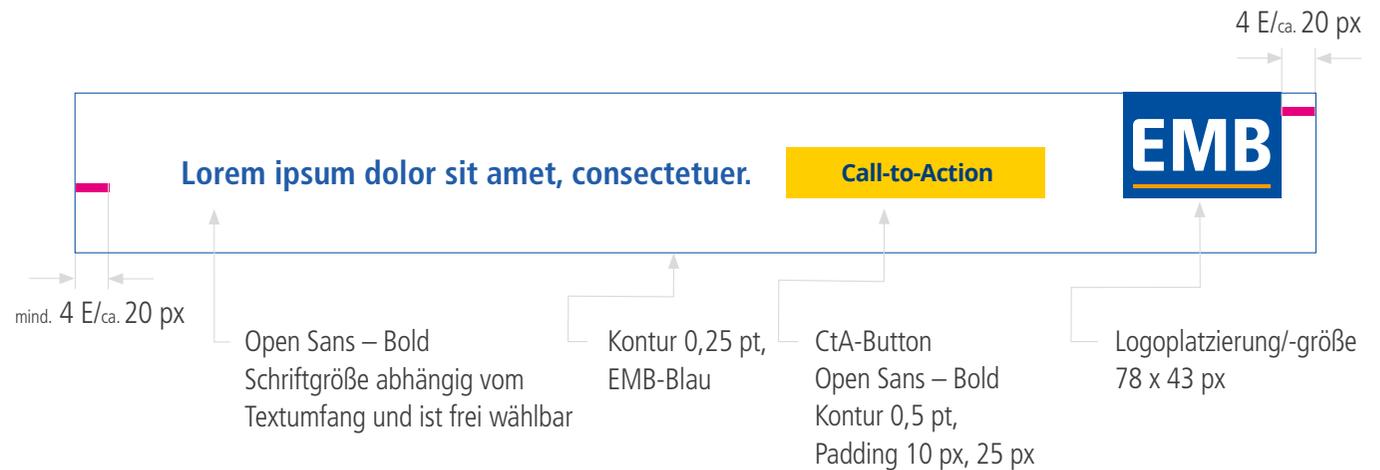
Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

In der Regel wird die Logokurzform verwendet.

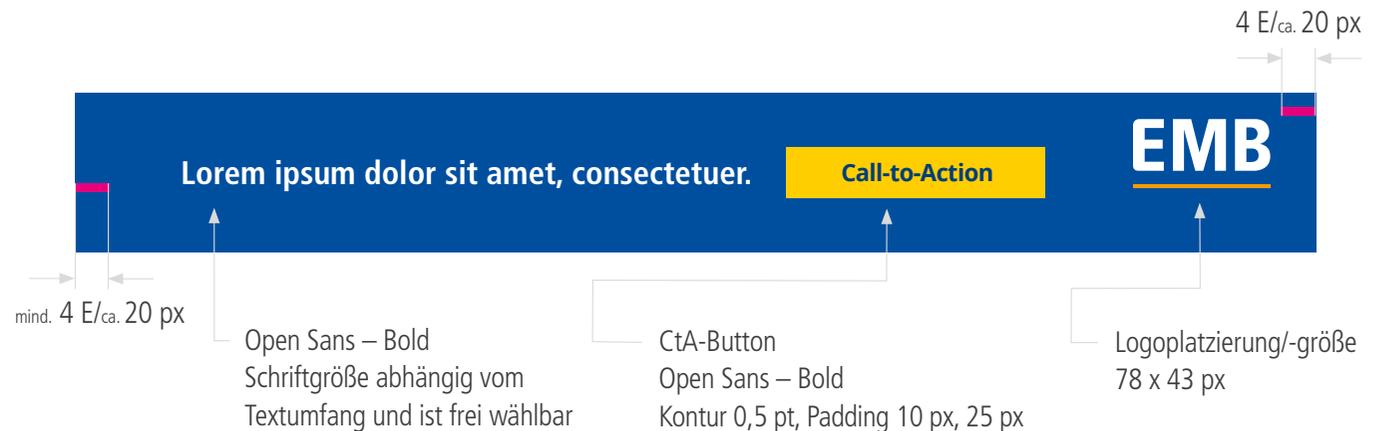
Aufgrund der rechtsseitigen Platzierung des Logos kann hier kein Blauverlauf im Hintergrund eingesetzt werden. Gleiches gilt, wenn im Rahmen von Animationssequenzen der blaue Hintergrundbereich auf das gesamte Bannerformat aufgezogen wird und das Logo bspw. von oben in den mittleren Bereich „wandert“. Um Differenzen mit der Logofarbe und der Hintergrundfarbe vorzubeugen, wird der Hintergrund stattdessen nur in der Vollfarbe „EMB-Blau“ ohne Verlauf eingefärbt.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Version oder Sequenz ohne Bild mit weißen Hintergrund



Version oder Sequenz ohne Bild mit blauen Hintergrund (alternativ mit vollflächigem Bild)



3.04

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

ONLINEBANNER

Varianten

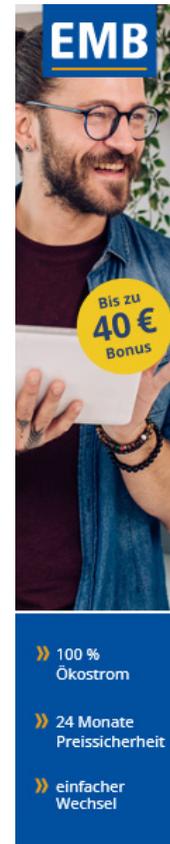


EMB

Werdet zu Umwelt-Helden!

30.000 Euro für 30 Vereine mit starken Umweltideen!

Jetzt bewerben



EMB

Bis zu 40 € Bonus

- » 100 % Ökostrom
- » 24 Monate Preissicherheit
- » einfacher Wechsel



Socken von Mama, Tasse vom Töpfermarkt, Ökogas von EMB.

EMB



EMB | Ökostrom: So grün wie die Gurke aus dem Spreewald

Jetzt wechseln

Jetzt Bonus sichern!

EMB



Wende willst: **EMB** Jetzt wechseln



EMB

Bis zu 100 € Bonus sichern!

Auch wenn du mal blaumachst, dein Strom ist grün!

Jetzt wechseln



EMB

Werdet zu Umwelt-Helden!

30.000 Euro für 30 Vereine mit starken Umweltideen!

Jetzt bewerben

3.05

SOCIAL MEDIA

Beitragsbild Facebook
Format: B/H 947 x 494 px

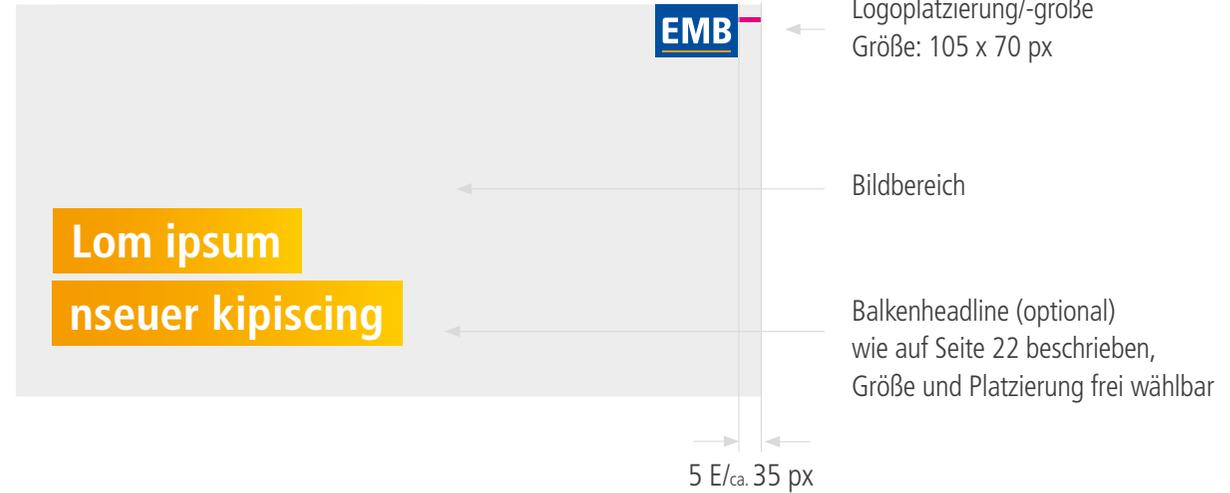
Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

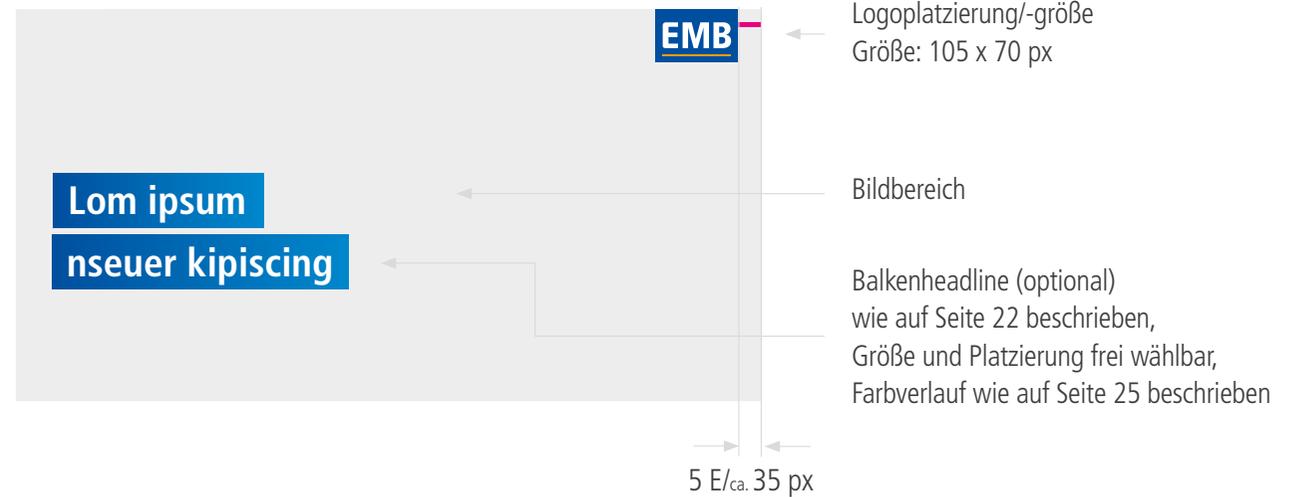
In der Regel wird die Logokurzform verwendet.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) WERBEMITTEL

Variante 1



Variante 2



3.06

E-MAIL-SIGNATUR

Die Standard E-Mail-Signatur mit Prozess-Signet wird ergänzt durch eine Variante mit Werbebanner oder Veranstaltungshinweis.

Sie kann durch eine in Rot gehaltenen Notiz zu einer Abwesenheit in der Zukunft (Ankündigung) ergänzt werden.

Die Signatur ist durch eine Linie in zwei Bereiche unterteilt. Im Oberen mit den entsprechenden Angaben zum Mitarbeiter und Unternehmensvorgaben. Der Disclaimer wird automatisch eingespielt und ist nur für den Empfänger sichtbar.

Die eingesetzte Schriftart ist Arial, 11 Pt. (siehe Seite 18).

Die Namenszeile und die Firmenzeile werden in Arial Bold gesetzt.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Signatur mit Prozess-Signet

Mit freundlichen Grüßen

i. V. / i. A. / ppa. Vorname Name
Stellenbezeichnung + F2-Ebene

Bezeichnung der Geschäftseinheit (GE)
oder Supportfunktion (SuFu)

EMB Energie Brandenburg GmbH
Büdnergasse 1
14552 Michendorf

Telefon: 033205 000-*Durchwahl*
Fax: 033205 7822-105
Mobil: 0170 1234567

E-Mail: nachname.vo@emb-gmbh.de
Internet: www.emb-gmbh.de

Abwesenheit/Urlaub:

Ein Unternehmen der GASAG-Gruppe

EMB 2040 |||||
KLIMANEUTRAL

Signatur mit Teaser-Bild

Mit freundlichen Grüßen

i. V. / i. A. / ppa. Vorname Name
Stellenbezeichnung + F2-Ebene

Bezeichnung der Geschäftseinheit (GE)
oder Supportfunktion (SuFu)

EMB Energie Brandenburg GmbH
Büdnergasse 1
14552 Michendorf

Telefon: 033205 000-*Durchwahl*
Fax: 033205 7822-105
Mobil: 0170 1234567

E-Mail: nachname.vo@emb-gmbh.de
Internet: www.emb-gmbh.de

Abwesenheit/Urlaub:



Ein Unternehmen der GASAG-Gruppe

3.07

POWERPOINT-VORLAGE

Zur Erstellung von internen bzw. externen EMB-Unternehmenspräsentationen gibt es eine PowerPoint-Master-Vorlage.

Die PowerPoint-Präsentation besteht jeweils aus einer Titel-Master-Vorlage und verschiedenen Folien-Master-Vorlagen.

Die Bildschirmpräsentation ist im Querformat 16:9 angelegt. Die eingesetzte Schriftart ist Arial (siehe Seite 18).

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Beispielseiten

Beispiel-Seite: Titelfolie. Die Folie zeigt drei Bilder: eine Familie in der Küche, zwei Kinder, die an einem Tisch sitzen, und ein Mann in einem weißen Hemd, der an einer Solaranlage arbeitet. Unten links steht 'GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN'. Unten rechts steht 'Titeltext Präsentation'. Rechts unten ist das EMB Logo zu sehen. In der Fußzeile steht 'Titel Präsentation über Folienmaster 18.07.23 | Max Mustermann'.

Beispiel-Seite: Balkendiagramm. Die Folie zeigt ein Balkendiagramm mit vier Quartilen (1. bis 4. Quartal) auf der Y-Achse und Werten von 0 bis 10 auf der X-Achse. Die Datenreihen sind für die Jahre 2015 (blau), 2016 (hellblau) und 2017 (dunkelblau) dargestellt. Rechts neben dem Diagramm steht 'Zwischenüberschrift' und drei Anweisungen: 'Bitte bei Diagrammen nur „Blautöne“ in Abstufungen aus den Diagrammformaten wählen.', 'Farbwerte: RGB 0 | 79 | 159 und RGB 0 | 135 | 204.', 'Schriftart Arial.' Unten links steht 'Diagramm(titel-)beschreibung (optional)'. Rechts unten ist das EMB Logo zu sehen. In der Fußzeile steht 'Titel Präsentation über Folienmaster 18.07.23 | Max Mustermann | 9'.

Beispiel-Seite: nur Text, 2 Spalten. Die Folie zeigt zwei Spalten Text. Links steht 'Überschriften' und rechts 'Text'. Die Überschriften sind in blauer Schrift gesetzt. Die Textspalten sind in zwei Spalten angeordnet. Unten rechts ist das EMB Logo zu sehen. In der Fußzeile steht 'Titel Präsentation über Folienmaster 18.07.23 | Max Mustermann | 2'.

Beispiel-Seite: Bild-/Text. Die Folie zeigt ein Bild eines modernen Gebäudes mit der Aufschrift 'Musterbild'. Rechts neben dem Bild steht 'Bilder' und drei Anweisungen: 'Ihre Position auf der Folie beträgt horizontal 1,7 cm, vertikal 4 cm das zweite Bild oder der Text wird entsprechend horizontal 16 cm, vertikal 5,5 cm platziert.', 'Auflösung von 200 dpi als JPG wird empfohlen.', 'Bildbeschreibung nach Bedarf (Arial, kursiv, 10 pt, manuelle Ausrichtung)'. Unten links steht 'Beispiel-Seite: 2 Spalten, Text mit Bild'. Rechts unten ist das EMB Logo zu sehen. In der Fußzeile steht 'Titel Präsentation über Folienmaster 18.07.23 | Max Mustermann | 3'.

3.08

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE EMB (ONLINE/DIGITAL) GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

TEAMS-HINTERGRÜNDE

Die Bildmotive für die Nutzung als Microsoft-Teams-Hintergründe werden per Link im Intranet über die CD-Verantwortung zur Verfügung gestellt.

Nebenstehend finden Sie eine Auswahl abgebildet.



MANUAL | V01 | 2024

Basiselemente Produktmarke SpreeGas

4.01

LOGOFORM

In dieser Übersicht können die neuen Varianten zum SpreeGas-Logo ab September 2023 eingesehen werden.

Die Primärvariante „mit Endorsement“ liegt auf dem CD-SharePoint. Weitere Ausprägungen sind in Absprache mit CD umzusetzen und können über das Funktionspostfach cd@gasag.de abgerufen werden.

In Abhängigkeit von den technischen Reproduktions-Voraussetzungen kommen folgende Versionen zum Einsatz.

Die Farbversion/Standard-Version des Logos wird in allen mehrfarbigen Drucken bzw. Reproduktionen eingesetzt.

Die Strichversion wird in allen einfarbigen, grobgerasterten Medien verwendet (z. B. Zeitungsdruck, Stempeldruck).

Die Raster-Version des Logos wird in allen einfarbigen, feingerasterten Drucksachen (mindestens 60er-Rasterfrequenz) eingesetzt (z. B. im einfarbigen Offsetdruck).

In abgestimmten Sonderfällen wird das Logo auch ohne Claim verwendet.

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREEGAS LOGO

Primärvariante mit Endorsement und Claim



Standard-Version



Strichversion



Raster-Version



Weiß-Version (hier exemplarisch auf schwarzem Hintergrund)



Negativ-Version (hier exemplarisch auf schwarzem Hintergrund)

4.02

LOGOSCHUTZZONE UND MINDESTGRÖSSE

Das Logo besteht aus folgenden Komponenten: der kursiven Wortmarke „SpreeGas“, dem elliptischen Schwung und dem versetzt angeordneten Claim sowie dem Endorsement, das die Zugehörigkeit als Produktmarke zur EMB ab September 2023 aufzeigt. Der Claim beginnt immer an der linken Seite des „a“-Balkens im Logo. Die Versalhöhe des Claims entspricht 45 % der Buchstabenhöhe des Logos.

Die Schutzzone des Logos mit Endorsement und Claim – der Mindestabstand zu allen anderen Gestaltungselementen – beträgt zu allen Seiten jeweils eine Einheit (Buchstabenhöhe im Quadrat).

Wird das Logo mit Endorsement und Claim verwendet, sollte eine Logo-Mindestgröße von 30 x 8,48 mm nicht unterschritten werden.

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREEGAS LOGO

Schutzzone



Mindestgröße



4.03

UNZULÄSSIGE LOGOVERSIONEN

Das Logo wird als Identifikationszeichen in allen Medien eingesetzt und darf in keinem Fall verändert werden. Für ein einheitliches Erscheinungsbild gilt eine konsequente Anwendung als Voraussetzung.

Wichtig!

Gleiches gilt für alle Logovarianten.

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREEGAS LOGO



Umfärben von Schrift, Schwung oder anderer Logoelemente



Entfernen von Elementen



Ergänzen von Elementen/Farben



Abschneiden



Verzerren oder stauchen



Änderung Größe



Freie Textkombinationen

Das Logo darf nicht innerhalb der Logoschutzzone mit zusätzlichem Text oder grafischen Elementen kombiniert werden.



Drehen

4.04

SPREEGAS-FARBWELT PRINT

Das SpreeGas-Farbklima wird primär bestimmt durch das „SpreeGas-Grau“ und die Sekundärfarbe „SpreeGas-Gelb“.

Das dezente Grau steht hierbei für Seriosität und Zuverlässigkeit, das frische Gelb für Energie und Dynamik.

Als Tertiärfarbe – z. B. für typografische Auszeichnungen – wird komplementär zu Gelb ein kräftiges Blau verwendet.

Die Buntfarben Gelb und Blau werden ausschließlich als Volltonfarben verwendet, das Grau hingegen ist in abgestufter Form tragender Bestandteil der SpreeGas-Layouts.

Wichtig!

Die SpreeGas-Produkte sind zudem innerhalb der EMB-Farbwelt integriert und die Kommunikation dieser erfolgt innerhalb der Design-Richtlinien der EMB-Kommunikationsmedien.

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREEGAS FARBEN

Primärfarbe SpreeGas-Grau

HKS 93				
CMYK 11 - 0 - 0 - 64				
RGB 105 - 109 - 112				
RAL 7012				
Pantone 431 (bzw. Pantone 877 = Silber)				
70%	50%	30%	20%	10%

Sekundärfarbe SpreeGas-Gelb

HKS 5
CMYK 0 - 30 - 100 - 0
RGB 251 - 186 - 0
RAL 1028
Pantone 130

Tertiär-/Akzentfarbe SpreeGas-Blau

HKS 43
CMYK 100 - 70 - 0 - 0
RGB 0 - 79 - 159
RAL 270 30 40
Pantone 286 (bzw. Pantone Reflex Blue)

4.04

SPREEGAS-FARBWELT ONLINE/DIGITAL

Für „digitale Anwendungen“ werden die Primär- und Sekundärfarben sowie Tertiär-/Akzentfarben genutzt.

Die Abstufungen des Farbklimas werden in 70 %, 40 %, 20 % genutzt.

Die Grundfarben dürfen als Vollfläche genutzt werden.

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREEGAS FARBEN

Primärfarbe SpreeGas-Grau

RGB 105 - 109 - 112 HEX #696d70	
HEX #96999b	70 %
HEX #c3c5c6	40 %
HEX #e1e2e2	20 %

Sekundärfarbe SpreeGas-Gelb

RGB 251 - 186 - 0 HEX #fbaa00	
HEX #ccf4c	70 %
HEX #fde399	40 %
HEX #fef1cc	20 %

4.04

SPREEGAS-FARBWELT ONLINE/DIGITAL (FORTSETZUNG)

Gleiche Verfahrensweise wie auf der vorhergehenden Seite beschrieben.

Die zweiten Verlaufsfarben und Verläufe finden ihren Einsatz vorrangig auf der Website.

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREEGAS FARBEN

Tertiär-/Akzentfarbe SpreeGas-Blau

RGB 0 - 79 - 159 HEX #004f9f	
HEX #4c83bc	70 %
HEX #99b9d9	40 %
HEX #ccdcec	20 %

Tertiär-/Akzentfarbe SpreeGas-Dunkelgrün

RGB 27 - 140 - 48 HEX #1b8c30	
HEX #5fae6e	70 %
HEX #a4d1ac	40 %
HEX #d1e8d6	20 %

Zweite Verlaufsfarbe Blau

RGB 0 - 148 - 180 HEX #0094b4	
HEX #4cb4ca	70 %
HEX #99d4e1	40 %
HEX #cceaf0	20 %

Zweite Verlaufsfarbe Grün

RGB 0 - 161 - 129 HEX #00a181	
HEX #4cbda7	70 %
HEX #99d9cd	40 %
HEX #ccece6	20 %

Verläufe



4.05

SPREEGAS-SCHRIFTWELT (WERBEMITTEL)

Die Hausschrift von SpreeGas war die SG Meta. Bestehende Werbemittel werden daher mit der SG Meta ergänzt.

Neue Werbemittel werden analog dem EMB-Design umgesetzt.

SpreeGas verwendet grundsätzlich die Tabellenziffern der SG Meta (0123456789), niemals die Mediävalziffern mit Unter- und Oberlängen (o123456789).

Wichtig!

Die SpreeGas-Produkte sind innerhalb der EMB-Schriftwelt integriert und die Kommunikation dieser erfolgt innerhalb der Design-Richtlinien der EMB-Kommunikationsmedien.

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREEGAS SCHRIFT

SG Meta Normal (Fließtexte, Headlines)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;:?!&ß--‘

SG Meta Normal Italic (Zwischenheadlines, Webadressen, Hervorhebungen)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;:?!&ß--‘

SG Meta Bold (Headlines, Hervorhebungen)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;:?!&ß--‘

SG Meta Bold Italic (Headlines, Topheadline, Hervorhebungen)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;:?!&ß--‘

4.05

SPREEGAS-SCHRIFTWELT (OFFICE-ANWENDUNGEN)

Analog EMB gilt Folgendes: Für die Geschäftskorrespondenz (Office-Anwendungen, Mailverkehr usw.) wird die Standard-Schriftart „Arial“ ausgewählt. Diese ist als Basisschriftart in allen Betriebssystemen von Haus aus integriert und führt somit zu keinerlei Anwendungsproblemen.

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREEGAS SCHRIFT

Arial – Regular (Fließtexte, Headlines)

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Arial – Bold (Zwischenheadlines, Headlines, Hervorhebungen, Webadressen, Topheadline)

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

4.05

SPREGAS-SCHRIFTWELT ONLINE/DIGITAL

BASISELEMENTE PRODUKTMARKE SPREGAS SCHRIFT



**Inhalte
folgen**

MANUAL | V01 | 2024

Layoutraster und Anwendungsbeispiele Produktmarke SpreeGas

5.01

BRIEFBOGEN

Format: z. B. DIN A4

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS GESCHÄFTSAUSSTATTUNG



Die Kraft von hier.
Eine Marke der EMB Energie Brandenburg GmbH

EMB Energie Brandenburg GmbH Postfach 101255 03012 Cottbus

Musterfirma
Ansprechpartner
Straße+Hausnummer
PLZ, Ort

Zweigniederlassung:
EMB Energie Brandenburg GmbH
Nordparkstraße 30
03044 Cottbus
Telefon: 0355 7822-0
Telefax: 0355 7822-105

Ansprechpartner	Name
Bereich	Vertrieb
Telefon	0355 7872 000
Telefax	0355 7822 000
E-Mail	mustermann@spreegas.de

Datum

Betreffzeile

Sehr geehrter Herr Mustermann,

Freundliche Grüße

Name
Abteilung

Anlagen

Hauptniederlassung:
EMB Energie Brandenburg GmbH
Büdnergasse 1
14552 Michendorf

Tel. 0355 7822-0
Fax 0355 7822-105
www.spreegas.de
post@spreegas.de

Stz der Gesellschaft:
Michendorf
Amtsgericht Potsdam
HRB 1680

Geschäftsführung:
Dr. Jens Horn
Kathrin Jung

Bankverbindung: Deutsche Kreditbank Berlin, IBAN DE85 1203 0000 1006 0051 00, BIC: BYLADEM1001

5.02

VISITENKARTE

Format: B/H 85 x 55 mm

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Visitenkarte Zweigniederlassung



Visitenkarte Kundenbüro



5.03

E-MAIL-SIGNATUR

Die Standard E-Mail-Signatur kann durch eine in Rot gehaltenen Notiz zu einer Abwesenheit in der Zukunft (Ankündigung) ergänzt werden.

Die Signatur ist durch eine Linie in zwei Bereiche unterteilt. Im Oberen mit den entsprechenden Angaben zum Mitarbeiter und Unternehmensvorgaben. Der Disclaimer wird automatisch eingespielt und ist nur für den Empfänger sichtbar.

Die eingesetzte Schriftart ist Arial, 11 Pt. (siehe Seite 102).

Die Namenszeile und die Firmenzeile werden in Arial Bold gesetzt.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Freundliche Grüße

i. V. / i. A. / ppa. Vorname Name
Bereich/Funktion

Zweigniederlassung:

EMB Energie Brandenburg GmbH

Nordparkstraße 30
03044 Cottbus

Telefon: 0355 000-*Durchwahl*

Fax: 0355 7822-405

Mobil: 0170 1234567 _____ optionale Angabe

E-Mail: vnachname@spreegas.de

Internet: www.spreegas.de

Abwesenheit/Urlaub: _____ optionale Angabe

Ein Unternehmen der GASAG-Gruppe



5.04

POWERPOINT-VORLAGE

Zur Erstellung von internen bzw. externen SpreeGas-Unternehmenspräsentationen gibt es eine PowerPoint-Master-Vorlage.

Die PowerPoint-Präsentation besteht jeweils aus einer Titel-Master-Vorlage und verschiedenen Folien-Master-Vorlagen.

Die Bildschirmpräsentation ist im Querformat 16:9 angelegt. Die eingesetzte Schriftart ist Arial (siehe Seite 102).

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Beispielseiten

Beispiel-Seite: nur Text, 2 Spalten

Zwischenüberschrift bearbeiten... ...oder weglassen

Text Text Text Text Text Text
Text Text Text Text

Titel Präsentation über Folienmaster
18.07.23 | Max Mustermann | 16

Beispiel-Seite: nur Text, 1 Spalte

Allgemeine Hinweise

- Es ist auch möglich, nur einen breiten einspaltigen Textblock zu nutzen.
- Um eine gute Lesbarkeit und Übersicht zu erhalten, sollten Stichpunkte verwendet werden.
- Eine Auszeichnung kann blau, ein Link blau kursiv gesetzt werden.
- Das Thema, Datum und Name in der Fußzeile sind auf der Masterseite definiert.

Titel Präsentation über Folienmaster
18.07.23 | Max Mustermann | 17

Beispiel-Seite: Kreisdiagramm

Zwischenüberschrift

- Bitte bei Diagrammen Gelb, Blau und Grau in Vollfarben verwenden + Abstufungen nur beim Grau
- Farbwerte: Gelb (RGB 230/192/31), Blau (0/135/204), Grau (RGB 105/109/112)
- Schriftart Arial

Diagramm/Abzeichnung (optional)

Titel Präsentation über Folienmaster
18.07.23 | Max Mustermann | 18

5.05

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

ANZEIGE MIT BILD (HOCHFORMAT)

Format: z. B. B/H 90 x 100 mm

In Werbemitteln für die Produktmarke SpreeGas ist der Absender die EMB Energie Brandenburg GmbH. SpreeGas-Produkte werden von und unter dem Dach der EMB beworben.

Dementsprechend werden bei der Gestaltung und dem Aufbau der Werbemittel die Layoutraster und Design-Richtlinien der EMB zugrunde gelegt. Hierbei entfällt lediglich die EMB-Welle im unteren Bereich. An deren Stelle tritt das SpreeGas-Logo in seiner inversen Form.

Die Breite des SpreeGas-Logos orientiert sich an der Breite des EMB-Logos. Es wird rechts bündig an dem EMB-Logo ausgerichtet. Zum unteren Rand beträgt der Abstand 3E.

Sollte die Breite des SpreeGas-Logos bei kleineren Werbemitteln unter die Mindestgröße von 3 cm fallen, dann muss die Höhe des SpreeGas-Logos schrittweise um 1 E erhöht werden, bis das Logo die Mindestgröße wieder erreicht. In diesem Fall kann das SpreeGas-Logo breiter als das EMB-Logo sein.

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E“ auf Seite 6.

Bei **Anzeigenplatzierung im Satzspiegel** ist eine umlaufend **dünne blaue Kontur um den weißen Rahmen obligatorisch** (Standard-Konturstärke 0,25 Punkt, bei Bedarf/größeren Formaten um 0,25-Punkt-Schritte anpassbar). Bei Anschnittplatzierungen entfällt diese Kontur.



Logoplastierung/-größe wie auf Seite 9 beschrieben; **hier exemplarisch mit größerem Logo (18,5 % + 10 %, siehe Seite 9)**

Bildbereich
Höhe frei wählbar

Buttongröße und -platzierung (optional) wie auf Seite 27 beschrieben

Frutiger LT – 67 Bold Condensed
Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar Zeilenabstand 110 %

Frutiger LT – 47 Light Condensed
Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich
Zeilenabstand 120 %

Blauverlauf wie auf Seite 25 beschrieben

Logoplastierung/-größe entspricht 8 E in der Höhe, Abstand zum unteren Rand 3 E

Weißer Rahmen umlaufend
Kontur 0,25 pt, EMB-Blau
(bei Anzeigenplatzierung im Satzspiegel obligatorisch, bei Anschnittplatzierungen entfällt die Kontur)

5.05

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

ANZEIGE MIT BILD

Varianten



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Jeden ersten
Mittwoch
im Monat

Vor-Ort-Beratung in Schipkau

SpreeGas-Kundensprechtag im Bürgerzentrum Schipkau,
Gerhart-Hauptmann-Straße 1, von 10:00 bis 12:00 Uhr.

Wir beraten Sie zu allen Fragen rund um Ihre Energielieferung.
Ob neuer Hausanschluss oder unsere attraktiven Förderpro-
gramme. Schauen Sie vorbei. Wir freuen uns auf Sie.

Für Sie vor Ort in Schipkau: Dajana Fischer
aus unserem Kundenbüro in Lauta

- » Telefon: 035722 249-70
- » E-Mail: dfischer@spreegas.de

www.spreegas.de



Die Kraft von Altec.
Eine Marke der EMB Energie Brandenburg GmbH.



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Wir sind für Sie da

Als der Energieversorger von hier stehen wir für regionale Nähe.
In unseren Kundenbüros beraten wir Sie gern persönlich über
unsere Produkte, Förder- und Finanzierungsangebote.

Kundenbüro Werben:
Sprechtage Dienstag

- » 10:00 bis 12:00 Uhr und
- » 13:00 bis 16:00 Uhr oder
- » nach tel. Vereinbarung

Ihr Ansprechpartner:
David Raab

- » Burger Str. 20, 03096 Werben
- » Telefon: 035603 790-23
- » E-Mail: draab@spreegas.de

www.spreegas.de



Die Kraft von Altec.
Eine Marke der EMB Energie Brandenburg GmbH.



EMB
IHR ENERGIEPARTNER

Jeden letzten
Donnerstag
im Monat

Vor-Ort-Beratung in Jessen

SpreeGas-Kundensprechtag im Rathaus Jessen (Elster),
Markt 23, von 13:00 bis 15:00 Uhr.

Wir beraten Sie zu allen Fragen rund um Ihre Energielieferung. Ob neuer
Hausanschluss oder unsere attraktiven Förderprogramme. Schauen Sie
vorbei. Wir freuen uns auf Sie.

Für Sie vor Ort in Jessen: Steffen Weiße
aus unserem Kundenbüro in Lauchhammer

- » Telefon: 03574 7806-104
- » E-Mail: sweisse@spreegas.de

www.spreegas.de



Die Kraft von Altec.
Eine Marke der EMB Energie Brandenburg GmbH.

5.06

PLAKAT MIT BILD

Format: z. B. Großflächen- und 18/1-Plakat oder City-Light-Plakat.

Ähnliche Verfahrensweise wie auf Seite 50 beschrieben.

Der umlaufend weiße Rahmen und der „EMB-Blau-Verlauf“ werden hier nicht angewendet. Es wird das Blau ohne Verlauf gewählt.

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E_{SG}“ auf Seite 96.



LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL



5.06

PLAKAT MIT BILD

Varianten

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL



**SpreeGas | Ökostrom:
So grün wie die Gurke
aus dem Spreewald**

**Jetzt
wechseln!**

Sicher und ökologisch: Mit dem SpreeGas | Ökostrom triffst du eine gute Entscheidung für dein Zuhause und das Klima.

www.spreegas.de/gruen

spreegas
Die Kraft von hier.
Eine Marke der EMB Energie Brandenburg GmbH

5.07

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

FLYER MIT BILD (VORDER-/TITELSEITE)

Format: z. B. DIN lang hoch

Ähnliche Verfahrensweise wie auf Seite 35 beschrieben.

Der „EMB-Blau-Verlauf“ wird hier nicht angewendet. Es wird das Blau ohne Verlauf gewählt.

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E_{SG}“ auf Seite 96.

Die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken ist abhängig vom Textumfang und ist entsprechend des verfügbaren Raums des Werbemittels frei wählbar. Dabei sollte auf einen optisch harmonischen Gesamteindruck geachtet und die Headline nicht unverhältnismäßig groß dargestellt werden. Die Schriftgröße des Fließtextes beträgt 45 % der verwendeten Headlinegröße.

Ist der Inhaltsumfang zu gering für das entsprechende Werbemittelformat und um freien Raum optisch harmonisch auszufüllen, kann die Schriftgröße der Headline ohne Headlinebalken im Ausnahmefall losgelöst von der Schriftgröße des Fließtextes bzw. der Top-Headline zusätzlich vergrößert werden (siehe Beispiel auf Seite 61). Es ist jedoch darauf zu achten, dass kein übermäßiges Ungleichgewicht zwischen Headline- und Fließtextgröße entsteht.



Bildbereich, Höhe frei wählbar

Balkenheadline (optional) wie bei EMB auf Seite 22 beschrieben, Balkenfarbe SpreeGas-Gelb (siehe Seite 98), vertikal frei platzierbar, Schrift SG Meta Bold

Buttonfarbe SpreeGas-Gelb (siehe Seite 98), Schrift SG Meta Buttongröße und -platzierung (optional) wie bei EMB auf Seite 27 beschrieben

Schrift SG Meta Bold, Schriftgröße abhängig vom Textumfang und ist frei wählbar, Zeilenabstand 110 %

Schrift SG Meta Regular, Schriftgröße 45 % zur Headline; alternativ auch mit Bulletpoints möglich, Zeilenabstand 120 %

SpreeGas-Blau (siehe Seite 98)

Logoplatzierung/-größe entspricht 35 % der Breite des Werbemittelformats (25 % bei Querformaten – aufgrund des ggw. noch in der Entwicklungsphase befindlichen Designs ist die finale Logogröße noch nicht für alle Formate definiert/getestet), Abstand zum unteren Rand mind. 2,5 E_{SG}

Die Schriftgröße für die Haupt-Webadresse orientiert sich am Abstand zwischen Grund- und H-Linie (Majuskelhöhe). Dieser entspricht ca. 1 E_{SG}

5.07

FLYER MIT BILD (RÜCKSEITE)

Format: z. B. DIN lang hoch

Ähnliche Verfahrensweise wie auf Seite 38 beschrieben.

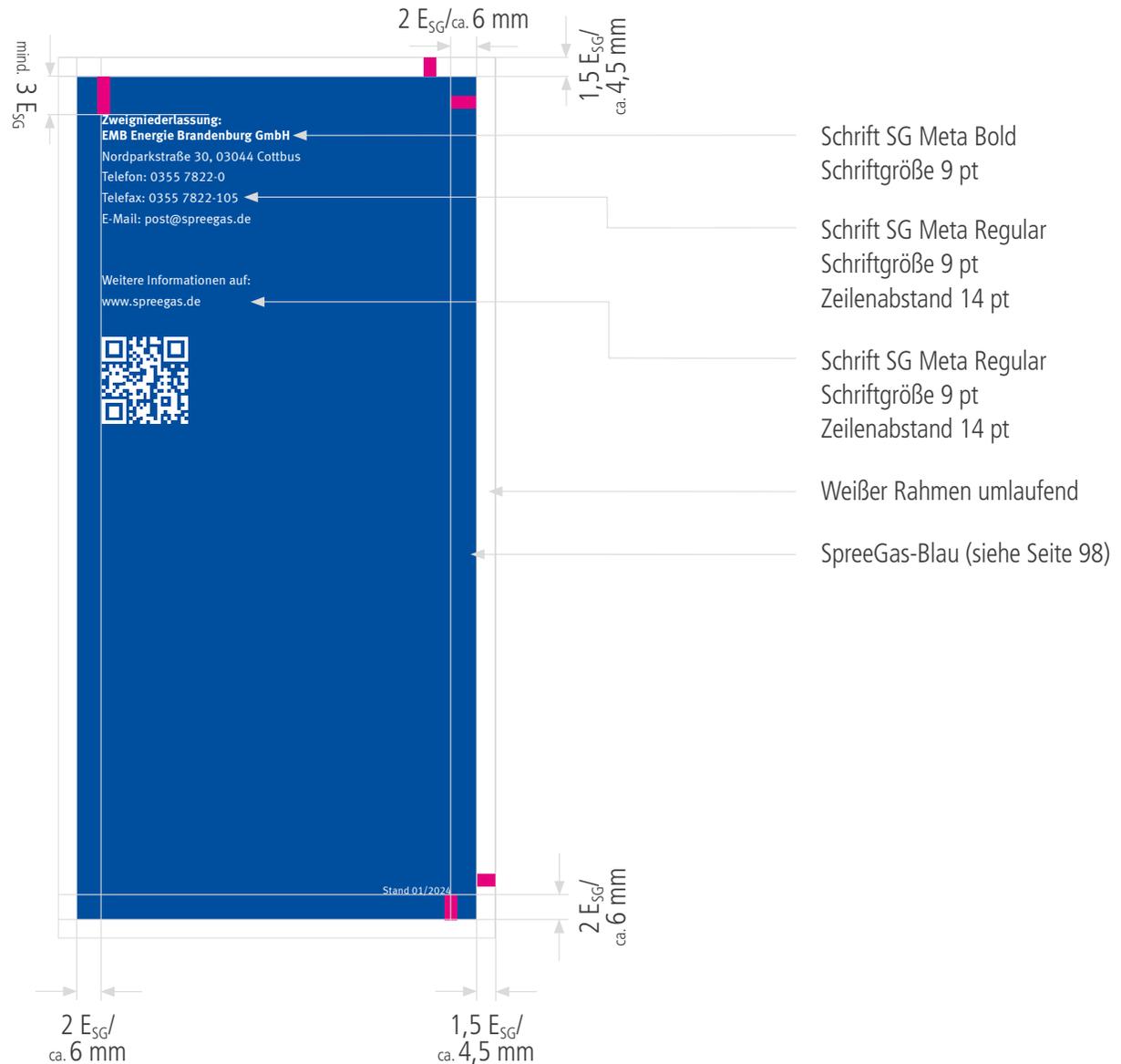
Der „EMB-Blau-Verlauf“ wird hier nicht angewendet.
Es wird das Blau ohne Verlauf gewählt.

Wichtig!

Information zur Ermittlung der Einheit „E_{SG}“ auf Seite 96.



LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL



5.07

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

FLYER MIT BILD

Varianten Teil 1



**Ihr Balkonkraftwerk
für Zuhause**

**50 €
Messe-
Rabatt***

Produzieren Sie Ihren eigenen Strom auf Ihrem Balkon.

- ✓ All-in-one-Paket
- ✓ einfache Selbstmontage
- ✓ unkomplizierter Anschluss
- ✓ Variabilität
- ✓ mit SpreeGas, einer Marke der EMB Energie Brandenburg GmbH

* Mit unserem Partner-Code „spreegas“ ab einem Einkauf von 400 €, gültig bis 15.02.2024.

www.spreegas.de

spreegas
Die Kraft von Holz.
Ein Markt der EMB Energie Brandenburg GmbH



**Ihr Balkonkraftwerk
für Zuhause**

**50 €
Messe-
Rabatt***

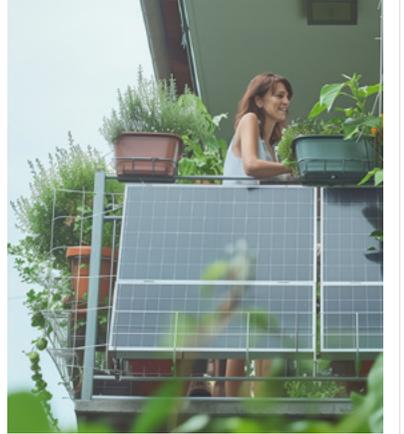
Produzieren Sie Ihren eigenen Strom auf Ihrem Balkon:

- ✓ All-in-one-Paket
- ✓ einfache Selbstmontage
- ✓ unkomplizierter Anschluss
- ✓ Variabilität
- ✓ mit SpreeGas, einer Marke der EMB Energie Brandenburg GmbH

* Mit unserem Partner-Code „spreegas“ ab einem Einkauf von 400 €, gültig bis 15.02.2024.

www.spreegas.de

spreegas
Die Kraft von Holz.
Ein Markt der EMB Energie Brandenburg GmbH



**Ihr Balkonkraftwerk
für Zuhause**

Produzieren Sie Ihren eigenen Strom auf Ihrem Balkon.

www.spreegas.de

spreegas
Die Kraft von Holz.
Ein Markt der EMB Energie Brandenburg GmbH

5.07

FLYER MIT BILD

Varianten Teil 2

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

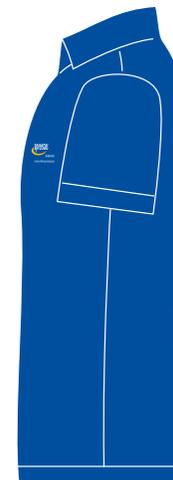
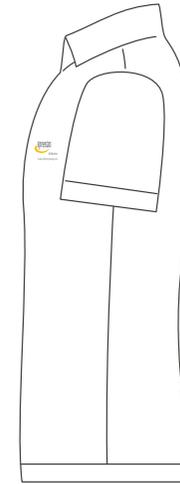


5.08

MITARBEITERKLEIDUNG

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

Polohemden



5.08

MITARBEITERKLEIDUNG (FORTSETZUNG)

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

Jacken



5.09

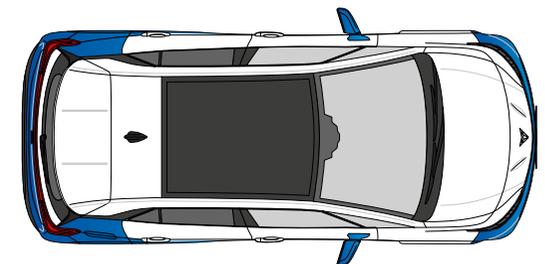
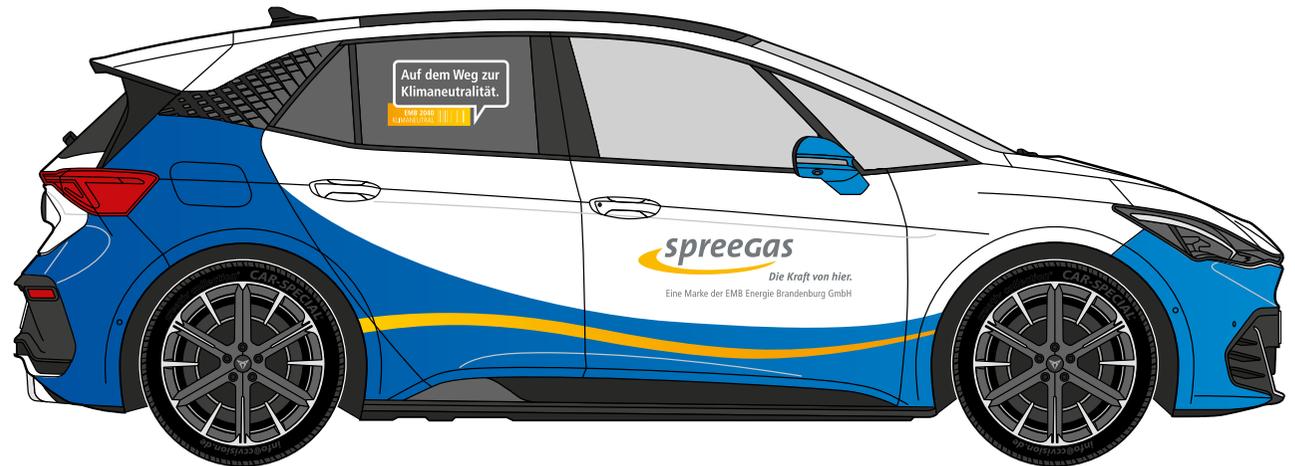
LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

FAHRZEUGBESCHRIFTUNG

Die Abbildungen dienen als Vorlage für die Beklebungen. Abweichungen sind mit der CD-Abteilung abzustimmen.

Für die Heckbeschriftung stehen zwei Möglichkeiten zur Auswahl:

- **ENERGIE FÜR BRANDENBURG**
- **GAS | STROM | ENERGIELÖSUNGEN**

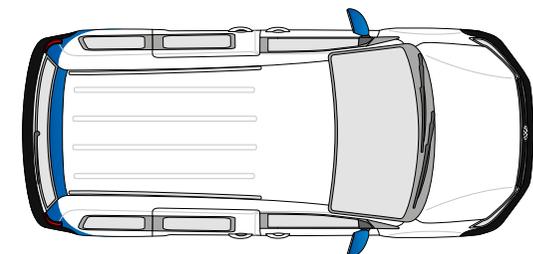
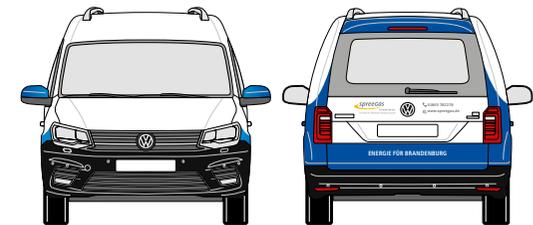


5.09

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

FAHRZEUGBESCHRIFTUNG (FORTSETZUNG)

Am Beispiel eines Vans.



5.10

BESCHILDERUNG

Die Außenbeschilderung von SpreeGas ist primär weiß. Zusatzinformationen werden kontrastreich und in angemessener Größe mit weißer Schrift auf blauem Untergrund aufgebracht.

An der von unten nach oben verlaufenden Linie richten sich sowohl das Logo als auch die Zusatzinformationen aus.

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL



5.10

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WERBEMITTEL

BESCHILDERUNG

Varianten



5.11

WEBSITE

LAYOUTRASTER UND ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTMARKE SPREEGAS WEBSITE



**Inhalte
folgen**

EMB Energie Brandenburg GmbH

Büdnergasse 1, 14552 Michendorf

Telefon: 033205 260-0

Telefax: 033205 260-306

www.emb-gmbh.de