

4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL/HAUPTPROSPEKT

Kennzeichnend für den Hauptprospekt: Nicht nur auf dem Umschlag, auch auf den Innenseiten finden sich formatfüllende Abbildungen. Auf diese Weise werden im Innenbereich die Kapitelanfänge markiert.



Anwendungsbeispiel Hauptprospekt, Rücktitel und Titel im Format 105 mm x 210 mm

4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL/KURSPROSPEKT

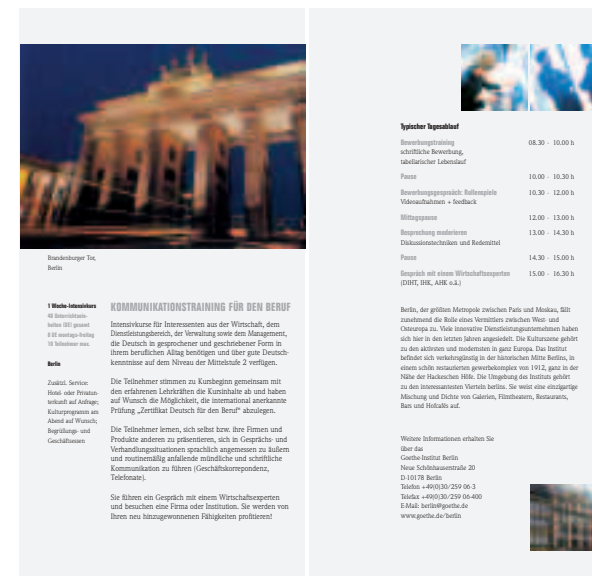
Besonders aufgelockert wirkt das Innenseiten-Layout dieses Kursprospektes durch die flexible Nutzung des Spaltenrasters und den gezielten Einsatz verschiedener Abbildungen mit einer Haupt-Bezugslinie für die vertikale Ausrichtung nach oben.



Exemplarischer Titel Kursprospekt, 105 mm x 210 mm



Einige Innenseiten



4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL/KURSPROSPEKT

Auf den exemplarischen Innenseiten dieses Kursprospektes wurden die Abbildungen innerhalb einer Bild-„Straße“ platziert – ausgerichtet an unterschiedlichen Bezugslinien.



Broschüre Jugendprogramm, Format 105 mm x 210 mm



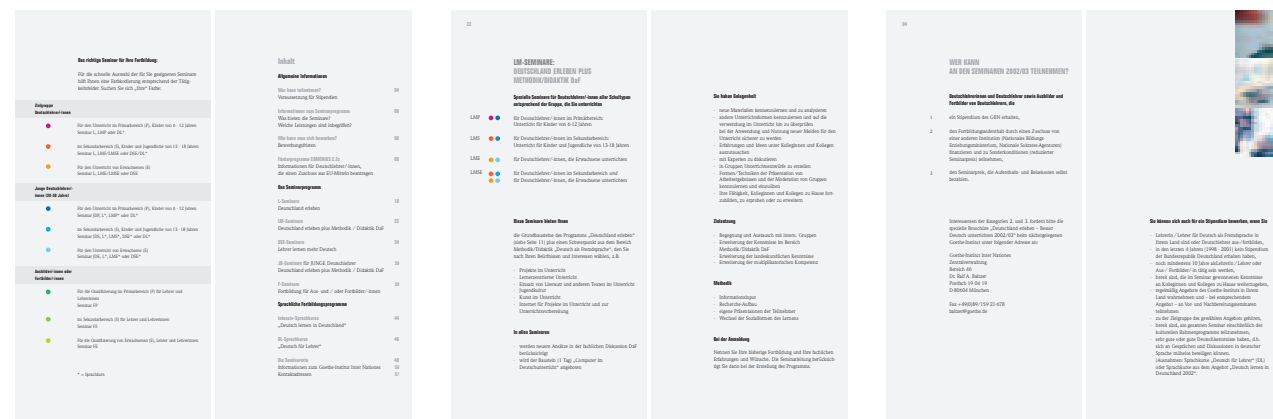
Exemplarische Innenseiten



4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL/FORTBILDUNGSBROSCHÜRE



Exemplarisch: Fortbildungsbroschüre, DIN lang



Beispielhafte Innenseiten

Die exemplarischen Innenseiten der Fortbildungsbroschüre zeigen die Verwendung unterschiedlicher Bezugslinien bei der Textausrichtung.

Der kombinierte Einsatz verschiedener Schriftschnitte für Sublines und Hervorhebungen machen das Schriftbild lebendig.

4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL / FLYER ZERTIFIKAT DEUTSCH

Der Flyer „Zertifikat Deutsch“ demonstriert den typischen Aufbau eines sechsseitigen Dokuments, das im Wickelfalz auf das Endformat DIN lang gefaltet wird. Die Streifen der optischen Klammer tauchen auch im Innenbereich als dekorative Elemente auf.



Anwendungsbeispiel: Flyer „Zertifikat Deutsch“



Der 6-seitige Flyer in der Außen- und Innenansicht



4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL/PLAKATE

Plakate können frei gestaltet werden, daher entfällt die für Werbe- und Infomaterialien typische Flächenaufteilung.



Exemplarische Plakate im Format DIN A2



Plakat des Goethe-Forums mit einem ...



... und mit mehreren Partnerlogos (s. Hinweise S. 27)

4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL/PROGRAMM- UND SPRACHKURSPROSPEKTE DER INSTITUTE

Sämtliche in diesem Manual festgelegten Gestaltungsrichtlinien werden auch bei den Printprodukten der Institute angewendet. Das Logo auf Titel und Rücktitel erhält als Zusatz den Städtenamen des jeweiligen Instituts.



Programmankündigung im Format 148 mm x 148 mm



Programm- und Sprachkursprospekt im Format DIN A5 quer

4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL/PROGRAMM- UND SPRACHKURSPROSPEKTE DER INSTITUTE



Programmankündigung, gefaltet zum Leporello



Der vergrößerte Titel der Programmankündigung, Format 210 mm x 100 mm

Mit Hilfe der vorgefertigten Musterdokumente (auf der mitgelieferten CD-ROM) können Rücktitel und Titel von Werbemitteln schnell und einfach erstellt werden – ganz unabhängig davon, welches Grundformat das jeweilige Dokument erhalten soll.



Alternative Gestaltung im Hochformat

4.4 WERBE- UND INFORMATIONSMITTEL/MULTIMEDIALE HILFSMITTEL

Auf Hilfs- und Trainingsmitteln wie etwa CD-ROMs, DVDs, Audio- und Videokassetten erscheinen ebenfalls formatfüllende Hintergrundabbildungen – analog zu den entsprechenden Printmitteln. Die Datenträger(etiketten) sind einfarbig schwarz bedruckt. Hier wird auf den Einsatz von Abbildungen verzichtet.



Titelvorschlag Videohülle



Audio-Kassettenhülle, Aufkleber Video- und Audiokassette



Titelvorschlag CD-ROM Jewelcase mit CD-ROM-Bedruckung

4.5 SONSTIGES / ZEITSCHRIFT „WILLKOMMEN“

Die Titelbeschriftung und der Fond des Rücktitels werden farblich passend auf das formatfüllende Titelmotiv abgestimmt. Soweit möglich werden dabei die Farben der Goethe-Farbpaletten zugrunde gelegt.



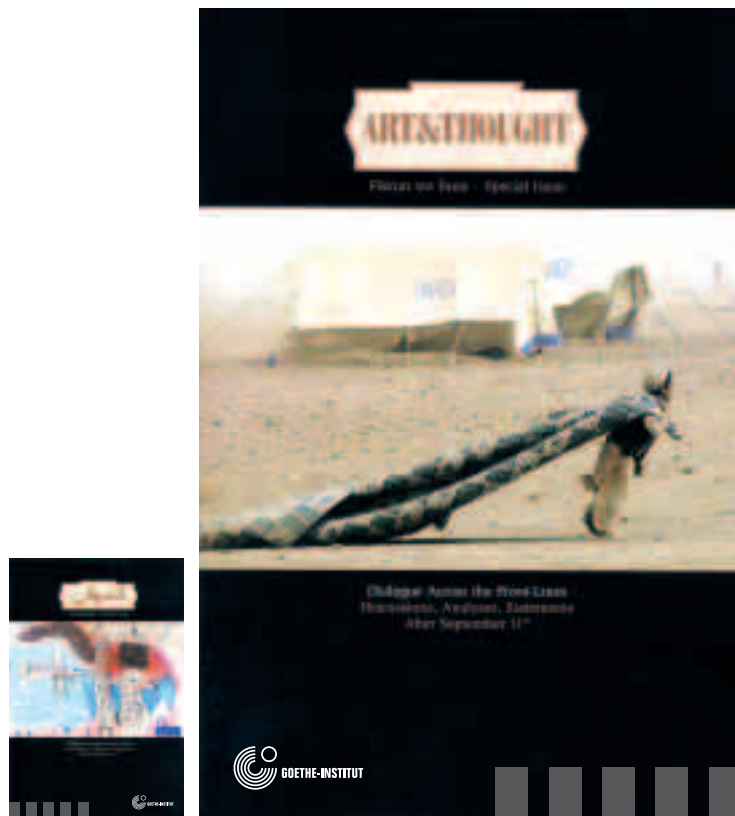
Ein beispielhafter Rücktitel der Zeitschrift „Willkommen“ ...



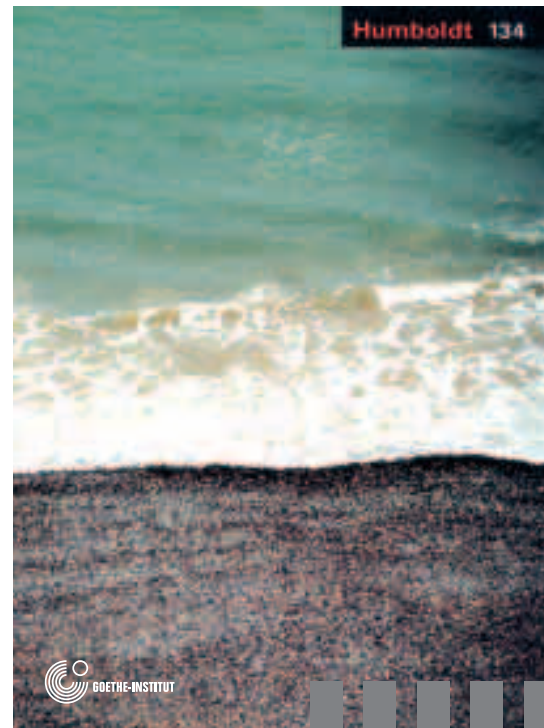
... und ein Titelvorschlag im Format 210 mm x 280 mm

4.5 SONSTIGES/EXTERNE ZEITSCHRIFTEN

Wie bereits im Kapitel „Titelraster“ erklärt, entfallen hier die horizontalen Streifen. Die vertikalen Streifen werden mit geringem Tonwertkontrast nur schwach angedeutet.



Mustertitel (mit -rücktitel) „Fikrun wa Fann“, Format 190 mm x 284 mm



Mustertitel „Humboldt“, Format 210 mm x 280 mm



Mustertitel „Kafka“, Format 190 mm x 285 mm

4.5 SONSTIGES/FOKUS D

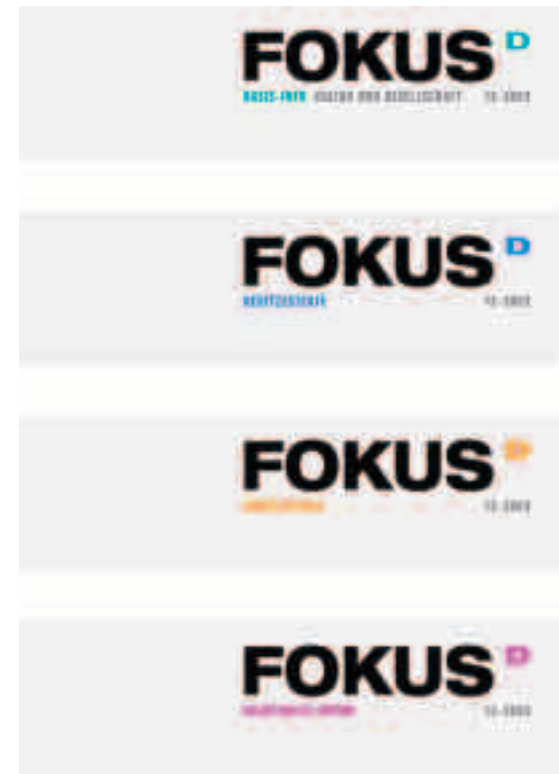
Die Sub-Publikationen der Zeitschrift „FOKUS D“ (vormals „Pressedienst-Basisinfo“) unterscheiden sich durch unterschiedliche zweite (Sonder-)Farben. Beim Zweifarbendruck wird die 1c-Variante des Logos verwendet.



Ein exemplarischer Rücktitel



Titelvorschlag „Fokus D“, Format DIN A4



Die unterschiedlichen Zeitschriftenköpfe im Überblick