



Corporate Design Manual

Juli 2024

Inhalt

1 Design Grundlagen

1.1 Logo	
1.1.2 Schutzraum	10
1.1.3 DEKRA Claim	10
1.1.4 Farbvarianten	11
1.2 Unsere Farben	
1.2.1 Primärfarben	12
1.2.2 Akzentfarben	13
1.3 Typografie	
1.3.1 Schriftart	14
1.3.2 Anwendungsprinzipien	15
1.4 Designelemente	
1.4.1 DEKRA Shield	16
1.4.2 Anwendungsprinzipien	16
1.4.3 Triangle	18
1.4.4 Störer	19
1.4.5 Textbox.....	19
1.4.6 Anwendungsbeispiele.....	20
1.5 Bildwelt	
1.5.1 Realaufnahmen	22
1.5.2 Icons	24
1.5.3 Illustrationen	26

2 Corporate Wording

2.1 Umgang mit dem Firmennamen DEKRA	30
2.2 Namensgebung für Ländergesellschaften und Tochter-Gesellschaften	31
2.3 Namensgebung für DEKRA Services	32
2.4 Einheitliche Schreibweise von Kontaktdaten	33
2.5 Geschlechtergerechte Kommunikation	36

3 Digitale Medien

3.1 Digitale Medien	
3.1.2 Schrift	40
3.1.3 Farben	41
3.2 Digitale Kommunikationsmittel	
3.2.1 PowerPoint	42
3.2.2 Word-Dokumente	43
3.2.3 Whitepaper	44
3.2.4 Produktdatenblatt	45
3.2.5 Banner und Ads	46
3.3 Social Media	
3.3.1 Allgemeine Übersicht	48
3.3.2 Gestaltungselemente	48
3.3.3 Anwendungsbeispiele	49
3.4 Webseite	
3.4.1 Module und Webseiten	50
4 Printmedien	
4.1 Geschäftsausstattung	
4.1.1 Briefbogen	54
4.1.2 Visitenkarten	55
4.2 Anzeigen	
4.2.1 Image-Anzeigen Querformat	56
4.2.2 Image-Anzeigen Hochformat	58
4.3 Poster	
4.3.1 Poster DIN-Formate	60
4.4 Broschüren	
4.4.1 Titelseite	62
4.4.2 Rückseite	63
4.4.3 Außenseiten	64
4.4.4 Innenseiten	66

4.5 Flyer

4.5.1 Titelseite	68
4.5.2 Innenseiten	69
4.5.3 Flyer DIN lang	70

5 Zertifikate, Siegel und DEKRA Certification Mark

5.1 Zertifikate, Siegel und DEKRA Certification Mark	
5.1.1 Zertifikate und Urkunden	74
5.1.2 Siegel	76
5.1.3 DEKRA Certification Mark	78

6 Außenwerbung

6.1 Plakate	82
6.2 Bildschirme	86

7 Foto und Video

7.1 Diversität	92
7.2 Bildsprache und Figuren	93
7.3 Bildrechte und Lizenzen	94
7.4 Verwendung von KI	95

Corporate Design Manual

Unser neues Corporate Design präsentiert sich durch moderne Gestaltungselemente, ein verändertes Farbschema und eine neue Typografie. Darüber hinaus soll die Bildmarke stärker etabliert werden. Wir schaffen eine frische, authentische und digitale Markenidentität, die weltweit für mehr Wiedererkennung sorgen wird.

Alle Neuerungen finden Sie im DEKRA Brand und Marketing Portal.

„Mit dem neuen Corporate Design wollen wir unsere Position als weltweit führende Expertenorganisation für Sicherheit und Nachhaltigkeit unterstreichen. Unzählige Kunden auf der ganzen Welt vertrauen DEKRA, wenn es um neueste Technologien und entscheidende, zukunftsorientierte Regulierungsfragen geht. Die neue, klare visuelle Identität soll dieses Vertrauen stärken und uns helfen, eine starke und konsistente Marke DEKRA zu schaffen.“

Stan Zurkiewicz

Kontakt

DEKRA e. V.
Markenführung
Handwerkstraße 15
70565 Stuttgart
Deutschland
corporate-design@dekra.com



Design Grundlagen

Kapitel 1 Inhalt

1 Design Grundlagen

1.1 Logo	
1.1.2 Schutzraum	8
1.1.3 DEKRA Claim	10
1.1.4 Farbvarianten	11
1.1.5 Co-branding (Coming soon)	XX
1.2 Unsere Farben	
1.2.1 Primärfarben	12
1.2.2 Akzentfarben	13
1.3 Typografie	
1.3.1 Schriftart	14
1.3.2 Anwendungsprinzipien	15
1.4 Designelemente	
1.4.1 DEKRA Shield	16
1.4.2 Anwendungsprinzipien	16
1.4.3 Triangle	18
1.4.4 Störer	19
1.4.5 Textbox.....	19
1.4.6 Anwendungsbeispiele.....	20
1.5 Bildwelt	
1.5.1 Realaufnahmen	22
1.5.2 Icons	24
1.5.3 Illustrationen	26

1.1 Logo

Das DEKRA Logo ist eine Wort-Bild-Marke. Es setzt sich aus der vorn stehenden Bildmarke und der in Versalien geschriebenen Wortmarke DEKRA zusammen. Anders als der Schriftzug kann die Bildmarke auch allein verwendet werden:



Wort-Bild-Marke

Diese Logo-Variante verwenden wir außerhalb eines etablierten DEKRA Kontextes: z. B. für Werbebanner, Messen, Out of Home, Printanzeigen, Webseiten und jede andere Form der Kommunikation zur Positionierung der Marke.



Bildmarke

Die Bildmarke nutzen wir innerhalb eines etablierten DEKRA Kontextes: z. B. als Favicon (Webseite), auf Social Media (Profilbild) und bei der internen Kommunikation. Hier ist der Kontext DEKRA bereits gesetzt. Dadurch benötigen wir keine Wort-Bild-Marke. Mit dem Einsatz der Bildmarke stärken wir den visuellen Teil des DEKRA Logos.



Der Kasten kann bei technischer oder optischer Notwendigkeit eingesetzt werden.

Don'ts

Die Position der Bildmarke zum DEKRA Schriftzug darf nicht verändert werden.



Der Schriftzug darf nicht eigenständig verwendet werden.



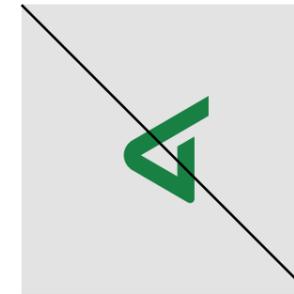
Das Logo darf nicht verzerrt werden.



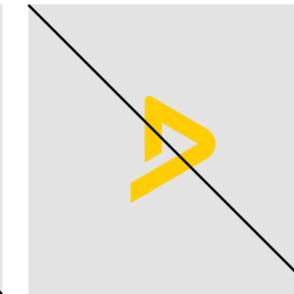
Es gibt keine konturierte Logo-Abwandlung.



Die Bildmarke darf nicht gespiegelt oder rotiert werden.



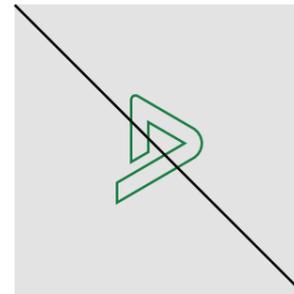
Die Bildmarke darf nicht beliebig verfärbt werden.



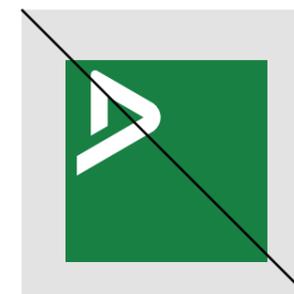
Die Bildmarke kann den Buchstaben D im DEKRA Schriftzug nicht ersetzen.



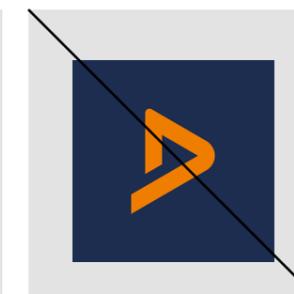
Es gibt keine konturierte Abwandlung der Bildmarke.



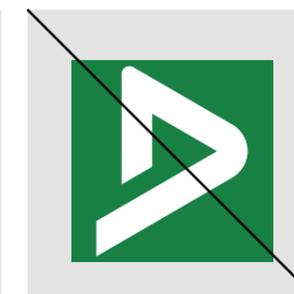
Die Position der Bildmarke innerhalb des Quadrats darf nicht variiert werden.



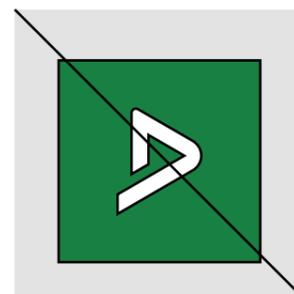
Die Hintergrundfarbe darf nicht beliebig abgewandelt werden.



Das Verhältnis von Hintergrund zu Bildmarke darf nicht verändert werden.



Weder der Hintergrund noch die Bildmarke dürfen konturiert werden.



1.1.2 Schutzraum

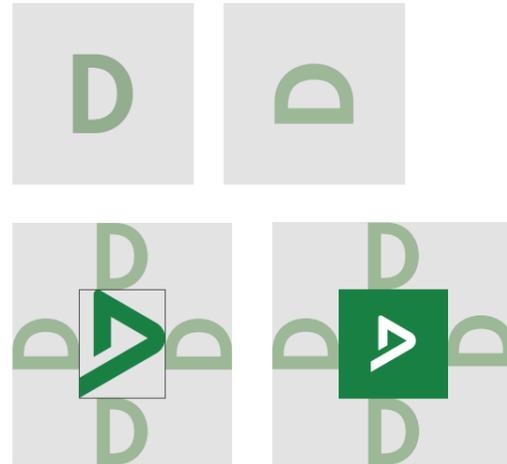
Der Schutzraum garantiert dem DEKRA Logo zu jeder Zeit ausreichend Platz, um zu wirken.

DER SCHUTZRAUM

Die Größe des Schutzraumes ist eine Versalhöhe des Buchstaben D.



DEKRA Logo horizontal



Im DEKRA Kontext kann die Bildmarke alleinstehend verwendet werden.

1.1.3 DEKRA Claim

„**Alles im grünen Bereich**“ oder auch „**On the safe side**“ ist das zentrale Versprechen der Marke.

Der Claim ist nicht mit dem Logo verknüpft. Er hat eine klare und zugleich zurückhaltende Absenderfunktion. Die Sichtbarkeit des Claims muss gewährleistet sein. Bei kleineren Formaten muss geprüft werden, ob der Claim lesbar ist. Um den Claim z. B. auf kleinen Formaten zu verwenden, kann er als einzelner Post in sozialen Medien eingesetzt werden.

On the safe side

Der Claim „**On the safe side**“ soll präferiert weltweit genutzt werden.

Die bereits bestehenden nationalen Claims behalten ihre Gültigkeit und können, wenn es kulturell erforderlich ist, weiter genutzt werden.

Der Schutzraum des Claims ist eine Versalhöhe.

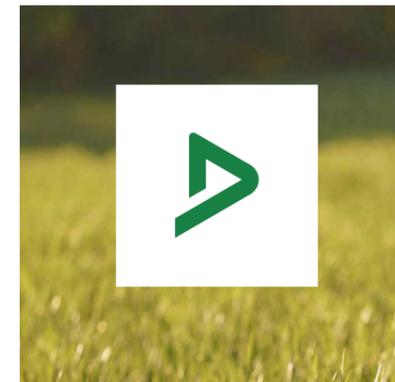
Die Textfarbe des Claims passt sich entsprechend dem Layout an.

Alles im grünen Bereich

1.1.4 Farbvarianten

Das Logo wird an verschiedensten Touchpoints eingesetzt. Es soll sichtbar, einprägsam und wiedererkennbar sein. Der Hintergrund ist maßgebend für die Auswahl der Logofarbvariante.

DEKRA



Primär

Die grünen Darstellungsformen werden eingesetzt, wenn der Hintergrund weiß ist oder das Logo auf hellen Foto- oder Videoinhalten platziert wird. Die quadratische weiße Fläche liegt unter dem Logo, wenn sie technisch oder optisch notwendig ist.

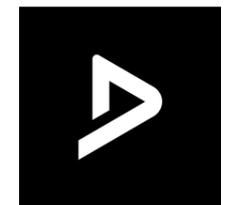
DEKRA



Sekundär

Die weißen Varianten werden verwendet, wenn der Hintergrund grün ist oder das Logo auf dunklen Foto- oder Videoinhalten platziert wird.

DEKRA



Graustufen

In Graustufen wird das Logo nur in Ausnahmefällen und bei technischer Notwendigkeit eingesetzt.

1.2 Unsere Farben

Die Markenfarbe von DEKRA ist grün. Die Ausgangsfarbe bildet das DEKRA Logo Grün. Davon abgeleitet gibt es weitere Grüntöne, die verwendet werden können. Die Farbe gehört zur Identität eines Unternehmens. Sie vereinfacht die Wiedererkennung und unterstützt die zu vermittelnden

Botschaften. Neben der Markenfarbe Grün gibt es noch drei Akzentfarben: Dunkelblau, Orange, Gelb und Digitalgrün. Sie werden eingesetzt, um etwas hervorzuheben oder z. B. auf ein Event, Datum, oder eine Sonderaktion aufmerksam zu machen. Sie sollen sparsam verwendet werden.

1.2.1 Primärfarben

DEKRA Logo Grün

Wird für das Logo und Elemente verwendet, die davon abgeleitet sind, z. B. das DEKRA Shield und das Triangle (zu sehen auf S. 16).

DEKRA Logo Grün	
RGB 0/129/67	HKS 57 K
HEX #008143	Pantone 348 C
CMYK 100/0/90/20	RAL 6029

Dunkelgrün

Wird für Hintergründe, Headlines, Designelemente, z. B. Dreieck, und Textboxen verwendet.

Dunkelgrün		
RGB 0/107/82	HKS 56 K	80%
HEX #006B52	Pantone 3425 C	60%
CMYK 85/30/70/25	RAL 6000	40%

Hellgrün

Wird für Call-to-Action-Hinweise und kleine Designelemente verwendet.

Hellgrün		
RGB 100/179/44	HKS 65 K	80%
HEX #64B32C	Pantone 361 C	60%
CMYK 70/0/100/0	RAL 6018	40%

Printschwarz
CMYK 100/0/0/100
HKS black 6 C
Pantone black 6 C
RAL 9005

Digitalschwarz
RGB 0/0/0
HEX #000000

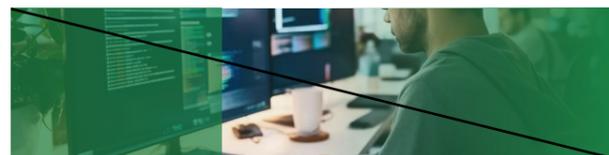
Weiß	
RGB 255/255/255	Pantone 000 C
HEX #FFFFFF	RAL 9003
CMYK 0/0/0/0	

ANTEIL DER FARBEN IN PROZENT

Die prozentualen Farbanteile sind ein Leitfaden für das gesamte Erscheinungsbild der Marke.



Keine Verwendung von Transparenzen



Keine Verwendung von Verläufen



1.2.2 Akzentfarben

Sie dürfen sparsam in der Kommunikation, z. B. in Präsentationen oder Newslettern, eingesetzt werden. Der Einsatz erfolgt, wenn nötig, um relevante Informationen visuell hervorzuheben.

- Zur Hervorhebung/Differenzierung von Informationen, z. B. Infografiken, Diagrammen, Störern
- Keine großflächige Verwendung (z.B. Hintergründe)

Dunkelblau		
RGB 0/46/85	HKS 38 K	80%
HEX #002E55	Pantone 534 C	60%
CMYK 100/85/40/35	RAL 5000	40%

Gelb		
RGB 255/204/0	HKS 4 K	80%
HEX #FFCC00	Pantone 7406 C	60%
CMYK 0/20/95/0	RAL 1023	40%

Orange		
RGB 239/124/0	HKS 7 K	80%
HEX #EF7C00	Pantone 152 C	60%
CMYK 0/60/100/0	RAL 2000	40%

ANTEIL DER FARBEN IN PROZENT

Die prozentualen Farbanteile sind ein Leitfaden für das gesamte Erscheinungsbild der Marke.

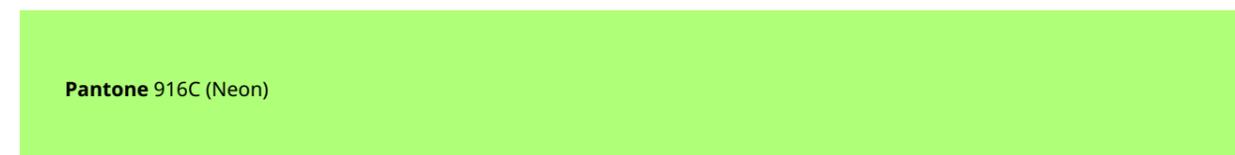


Wichtig: Grün ist immer die vorherrschende Farbe!

Verwendung von Digitalgrün im Druck

Unser Digitalgrün sollte im Druck nur in Ausnahmefällen verwendet werden. Für flächige Anwendungen ist es nicht vorgesehen – stattdessen sollte es zur Akzentuierung eingesetzt werden. Da das Digitalgrün sich nicht in CMYK umsetzen lässt, wird die Sonderfarbe Pantone 916 C (Neon) verwendet.

Der Druck dieser Farbe ist teuer und eignet sich daher nur für besondere Anlässe wie Einladungen. Zum Anlegen der Pantone-Farbe in InDesign benötigt man das kostenpflichtige Add-On Pantone Connect. Alternativ bieten einige Druckereien diesen Service.



1.3 Typografie

1.3.1 Schriftart

Für einen einheitlichen Auftritt nutzen wir in unseren digitalen und analogen Medien die Schriftart „Noto Sans“. Sie ist in Schriftzeichen in den meisten Sprachen verfügbar und schafft einen weltweiten

Wiedererkennungswert. Folgende Schriftschnitte stehen uns für die Gestaltung verschiedener Assets zur Auswahl:

Noto Sans

Light Italic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz
0123456789 „-‘<>!“\$%&/()=?`

Noto Sans

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789 „-‘<>!“\$%&/()=?`

Noto Sans

SemiBold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789 „-‘<>!“\$%&/()=?`

Noto Sans

Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789 „-‘<>!“\$%&/()=?`

Noto Sans

Black

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789 „-‘<>!“\$%&/()=?`



NOTO SANS

Die Einbindung der Noto Sans Schriftschnitte erfolgt über die DEKRA Softwareverteilung. Bitte aktivieren Sie diese zeitnah.

Google Fonts Download

DSGVO-KONFORM: GOOGLE FONTS LOKAL EINBINDEN

Sollten Sie nicht an den DEKRA IT-Service angebunden sein, bitten wir Sie, die Noto Sans Schriftschnitte vom Google Server lokal auf Ihrem eigenen Server bzw. Webespace abzulegen und einzubinden.

1.3.2 Anwendungsprinzipien

Für digitale Assets und MS Office Anwendungen nutzen wir die folgenden Schriftschnitte:

TYPOGRAFIE DIGITAL

Überschriften und Fließtext

Noto Sans

Regular

Untertitel und Zwischenüberschriften und Hervorhebungen

Noto Sans

Bold

Überschriften und Hervorhebungen

Noto Sans

Black

Für Printprodukte verwenden wir folgende Schriftschnitte:

TYPOGRAFIE PRINT

Überschriften und Fließtext

Noto Sans

Regular

Hervorhebungen im Fließtext

Noto Sans

Bold

Überschriften und Hervorhebungen

Noto Sans

Black

Untertitel und Subheadline

Noto Sans

SemiBold

Fußnoten und Quellen

Noto Sans

Light Italic



ANWENDUNG DER TYPOGRAFIE

Lorem ipsum

dolor sit amet

Sed cursus maximus risus

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Rhoncus sapien a rutrum tortor dolor amet risus. Commodo mollis bibendum interdum viverra. Id morbi vivamus magna malesuada nibh nulla dui. Interdum suspendisse sit ut pulvinar.

Regular – Überschriften
(Farbe: Dunkelgrün oder Weiß)

Black – Hervorhebungen
(Farbe: Dunkelgrün oder Weiß)

Semibold – Untertitel
(Farbe: Schwarz oder Weiß)

Regular – Fließtext
Bold – Hervorhebungen
(Farbe: Schwarz oder Weiß)

1.4 Designelemente

1.4.1 DEKRA Shield

Inspiziert von der Bildmarke wurde das DEKRA Shield als Gestaltungselement entwickelt. Um es von der Bildmarke zu unterscheiden, darf das DEKRA Shield nur zweifarbig verwendet werden. Darüber hinaus wird das DEKRA Shield auch als

Bildcontainer genutzt. Winkel und Farben des Designelements dürfen nicht verändert werden. Das DEKRA Shields darf nur in der abgebildeten Richtung eingesetzt werden.

Farboption 1
DEKRA Logo Grün und Hellgrün



Farboption 2
Hellgrün und DEKRA Logo Grün



Zulässige Farben

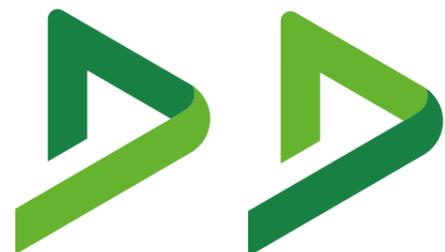
DEKRA Logo Grün	
RGB 0/129/67	HKS 57 K
HEX #008143	Pantone 348 C
CMYK 100/0/90/20	RAL 6029

Hellgrün	
RGB 100/179/44	HKS 65 K
HEX #64B32C	Pantone 361 C
CMYK 70/0/100/0	RAL 6018

1.4.2 Anwendungsprinzipien

Das DEKRA Shield darf auch im Anschnitt gezeigt werden. Für die Bildmarke ist eine vergleichbare Gestaltungsfreiheit nicht erlaubt, um seine Aussagekraft nicht zu verringern.

DEKRA Shield

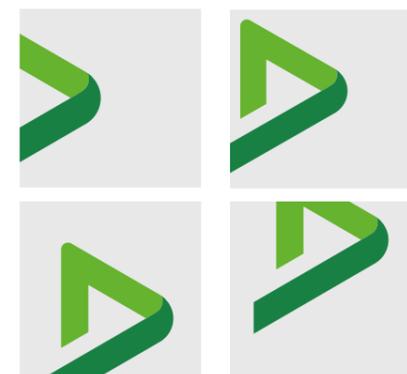


DEKRA Shield als Bildcontainer



DEKRA Shield

Zulässige Anschnitte

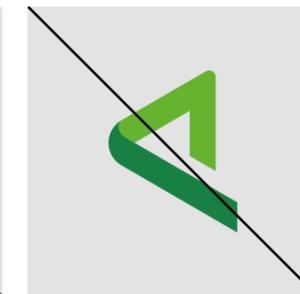


Don'ts

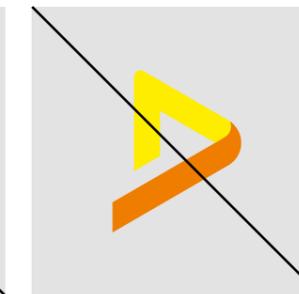
Die beiden Teilelemente dürfen nicht voneinander getrennt werden.



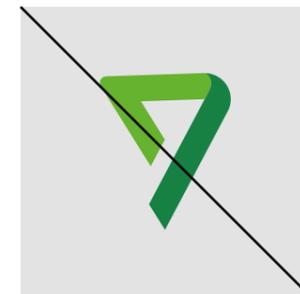
Das DEKRA Shield darf nicht gespiegelt werden.



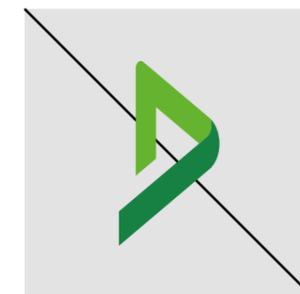
Die Farben dürfen nicht abgewandelt werden.



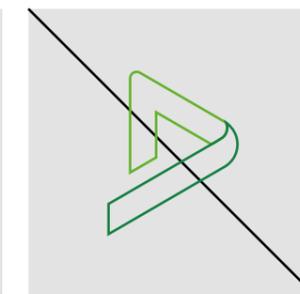
Das Element darf nicht rotiert werden.



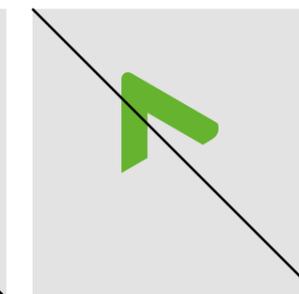
Die Proportionen des Elements dürfen nicht verändert werden.



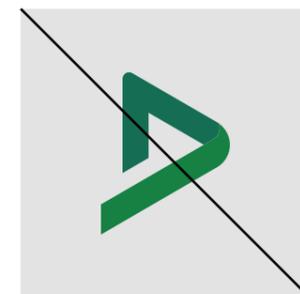
Das DEKRA Shield darf nicht konturiert verwendet werden.



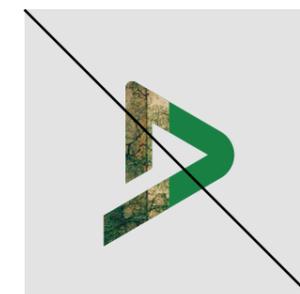
Die Teilelemente dürfen nicht einzeln verwendet werden.



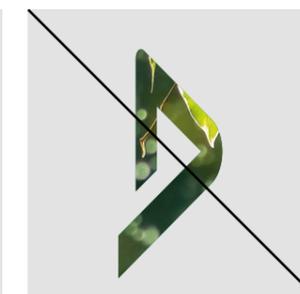
Dunkelgrün darf in diesem Element nicht eingesetzt werden.



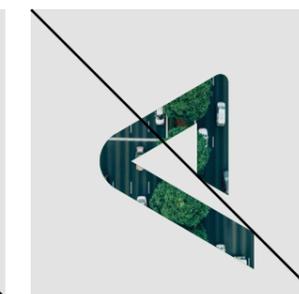
DEKRA Shield und Bildcontainer können nicht in einem Element kombiniert werden.



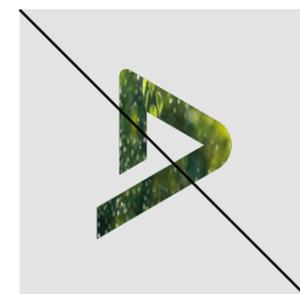
Die Proportionen des Bildcontainers dürfen nicht verändert werden.



Der Bildcontainer darf nicht rotiert oder gespiegelt werden.



Das Bild innerhalb des Containers darf nicht verzerrt werden.



1.4.3 Triangle

Das Triangle ist ein Gestaltungselement in Form eines Dreiecks mit abgerundeten Ecken. Es leitet sich gestalterisch von der Form der Bildmarke ab. Flächig gesetzt kann es als farbiger Hintergrund

für Texte eingesetzt werden. In kleinformatiger Anwendung wirkt es als Pfeilform und lenkt den Blick auf besonders wichtige Inhalte.

TRIANGLE

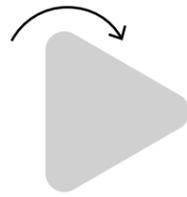
Beispiel



Breite: 50px



Eckradius 5px



Polygon drehen

Schritt 1

Erstellen Sie ein 3-seitiges Polygon beliebiger Größe.

Schritt 2

Wenden Sie einen Eckradius von 10 % der Breite des Polygons an.

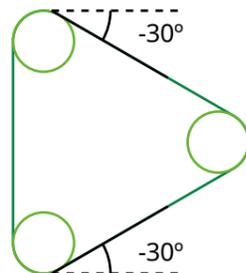
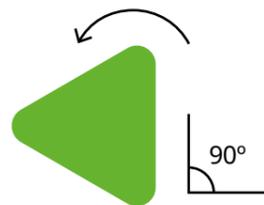
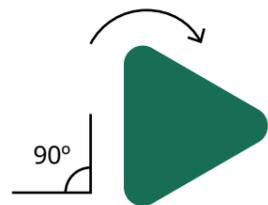
Schritt 3

Drehen Sie das Polygon um 90° nach rechts oder links.

Die **10%-Regel** in Schritt 2 gilt nur für die Erstellung in Adobe Illustrator und Figma.

Winkel

90° nach links und rechts



Anwendungen

Das Triangle darf in allen Haupt- und Akzentfarben verwendet und auch im Anschnitt gezeigt werden.

TRIANGLE ALS BILDCONTAINER

Das Triangle darf als Bildcontainer für die Darstellung konkreter Bildinhalte genutzt werden. Sparsam eingesetzt, dient es als besonderes Gestaltungselement und darf auch im Anschnitt verwendet werden.



1.4.4 Störer

Störer sind Gestaltungselemente, die bewusst mit einem Layout brechen, um wichtige Informationen zu transportieren. Um das zu erreichen, setzen wir für unsere Störer alle definierten Akzentfarben ein.

MÖGLICHE ANWENDUNGEN

AUF WEISSEN FLÄCHEN

Bei der Verwendung auf weißen Flächen wird das Triangle mit einer außen liegenden Kontur versehen.



MIT QR-CODE

Bei der Bewerbung von Veranstaltungen kann ein QR-Code mit im Störer platziert werden.



Als Elemente kombinieren wir den abgerundeten Infokasten mit dem Triangle als anzeigendes Pfeilelement.

AUF GRÜNEN FLÄCHEN

Bei der Verwendung auf grünen Flächen wird das Triangle mit einer außen liegenden Kontur in Hintergrundfarbe versehen.



AUF BILDMATERIAL

Bei der Verwendung auf Bildern wird das Triangle ohne Kontur gesetzt.



1.4.5 Textbox

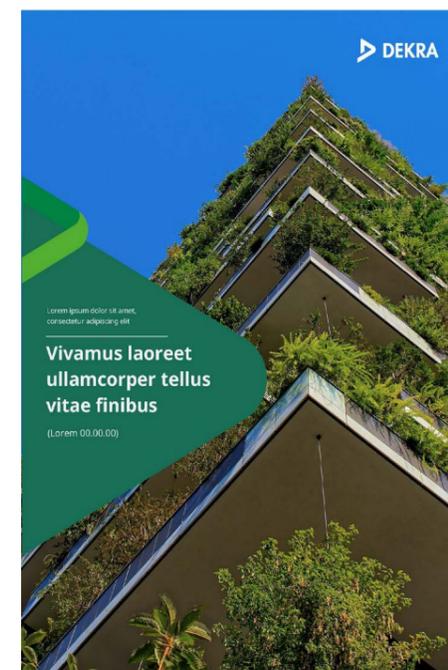
Für längere Texte können rechteckige Flächen mit abgerundeten Ecken verwendet werden, **4 mm im Druck und 12 px im Digitalen**.

Zur Auswahl stehen zwei Varianten, entweder mit einer weißen oder einer dunkelgrünen Hintergrundfläche. In beiden Fällen kann vor dem Text ein kleines Triangle im hellgrünen Farbton als Blickfang platziert werden. Um das Triangle-Element von der grünen Fläche abzuheben, wird hier eine 2-pt-starke, außen liegende Kontur um das Dreieck gelegt.

Mentum quas rest, sanditatus vidi omnia pore lacerunt. Gia inctemo luptat voluptiis mintia qui dolorio nserum nis explaboribus acideli geniet erci

Mentum quas rest, sanditatus vidi omnia pore lacerunt. Gia inctemo luptat voluptiis mintia qui dolorio nserum nis explaboribus acideli geniet erci

1.4.6 Anwendungsbeispiele



1.5.2 Icons

Icons sind wichtig, um Informationen schnell und einfach zu verstehen. Sie nutzen klare Symbole, die unabhängig von Herkunft, Geschlecht oder Beeinträchtigung verstanden werden, um Nutzerinnen und Nutzern zu zeigen, wo sie bestimmte Funktionen oder Inhalte finden. Die konsistente Verwendung von Icons in allen Medienformaten

stärkt unsere Markenidentität durch Wiedererkennbarkeit und visuelle Attraktivität. Diese einheitliche Anwendung verbessert zudem die Nutzungserfahrung und erleichtert das Einprägen von Funktionen. Die Icons werden aus der Datenbank fontawesome.com bezogen.

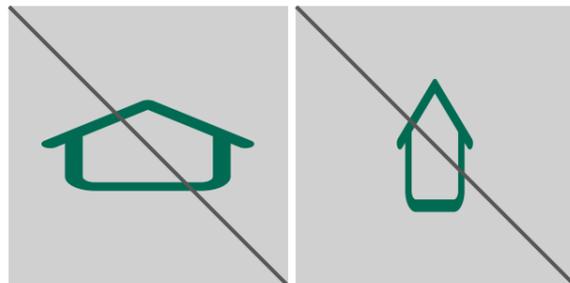
Hinweis: Den gesamten Leitfaden zum Thema Icons finden Sie im BMP.

Line-Icons

Wir nutzen Line-Icons von Font Awesome im Stil „Regular“, die über eine deutliche Kontur verfügen.



Icons werden nicht gestaucht oder gestreckt



Fette und feine Konturen sind unerwünscht



Solid Icons

Solid Icons sind als ergänzende Darstellungsvariante vorgesehen. Zum Beispiel können darüber verschiedene Button-States auf den Websites dargestellt oder die Sichtbarkeit von Icons auf Fotos mit stark durchmischter Farbigkeit oder komplexen Mustern gewährleistet werden.



Farbe

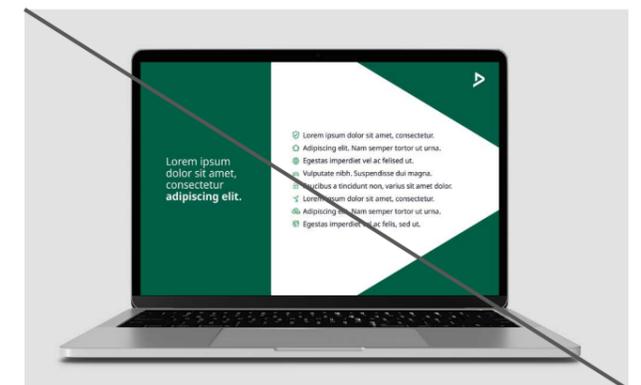
Für die Konturen der Icons verwenden wir sowohl unsere Primär- als auch unsere Akzentfarben. Icons können dabei auf einfarbigem Hintergrund und auf Bildern verwendet werden.

Hinweis: Bitte wählen Sie immer einen deutlichen Kontrast zwischen Icon und Hintergrund, um die Barrierefreiheit zu gewährleisten.



Aufzählungen

Icons sind kein Ersatz für Aufzählungszeichen. Ausnahmen können vorkommen, bitte orientieren Sie sich für die Bewertung an den Anwendungsfällen im Leitfaden.



Hinweis: Font Awesome stellt eine große Auswahl an Icons kostenfrei zur Verfügung. Um Zugang zur kompletten Icon Datenbank Font awesome zu erhalten, wenden Sie sich bitte per E-Mail an das Corporate Design Team: corporate-design@dekra.com

1.5.3 Illustrationen

Illustrationen sind besonders wertvoll, um Inhalte in unseren Digital- und Printformaten visuell zu unterstützen, als „Eye-Catcher“ zu fungieren und die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu steigern. Für eine konsistente Gestaltung aller DEKRA Kommunikationsmittel sollen **isometrische**

Illustrationen innerhalb unserer Firmenfarbpalette verwendet werden. Auf dem Markt für isometrische Illustrationen gibt es eine Vielzahl von Anbietern. Aufgrund der bestehenden Vereinbarung mit Adobe sollten die Illustrationen von **Adobe Stock** bevorzugt werden

Hinweis:
 Zugang zu Adobe Stock erhalten Sie über folgenden Link:
<https://dekra.service-now.com/myportal>

Den gesamten Leitfaden zum Thema Illustrationen finden Sie im **BMP**.



Stil

Objekte werden in einer 3D-Darstellung auf einer 2D-Oberfläche ohne perspektivische Verzerrung gezeigt. Die Linien folgen einem 30-Grad-Raster.

Form

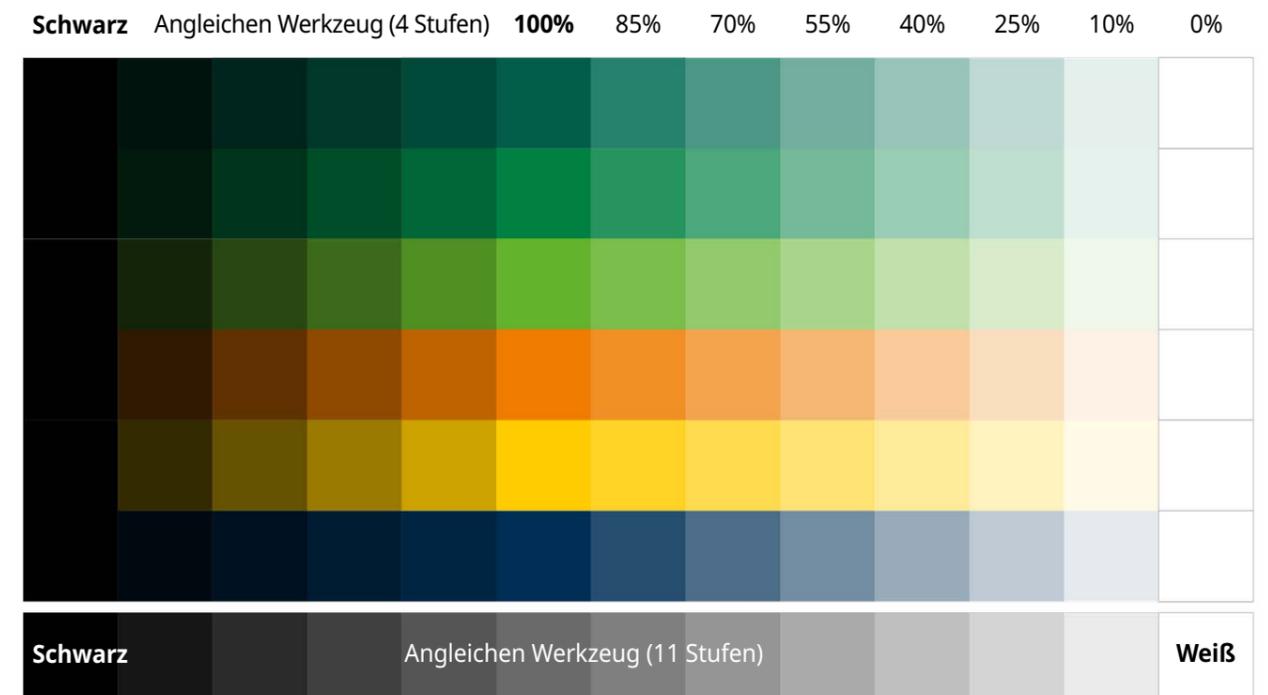
Die Größenverhältnisse der Komponenten sollten der Sehgewohnheit entsprechen. Personen sind mit möglichst natürliche Proportionen zu wählen.

Detailgrad

Unsere Illustrationen zeichnen sich durch einen bewusst reduzierten Detailgrad aus. Personen werden ohne Gesichtszüge dargestellt, um alle Ethnien gleichermaßen abzubilden.

Farbe

Es dürfen alle Farbabstufungen zwischen 10 % und 100 % Farbsättigung genutzt werden. Farbverläufe und Transparenzen werden nicht verwendet.





Corporate Wording

Kapitel 2 Inhalt

2 Corporate Wording

2.1 Umgang mit dem Firmennamen DEKRA	30
2.2 Namensgebung für Ländergesellschaften und Tochter-Gesellschaften	31
2.3 Namensgebung für DEKRA Services.....	32
2.4 Einheitliche Schreibweise von Kontaktdaten	33
2.5 Geschlechtergerechte Kommunikation	36

2 Corporate Wording

Das Corporate Wording legt die Schreibweise des Firmennamens, der Tochtergesellschaften und unserer Services sowie von Kontaktdaten fest.

In einem weiteren Schritt werden diese Pflichtelemente durch Zusatzelemente wie Schreib- und Stilregeln ergänzt.

Hinweis: Informationen zu diskriminierungssensibler und geschlechtergerechter Sprache finden Sie im **BMP**.

2.1 Umgang mit dem Firmennamen DEKRA

Regel	Beispiel
DEKRA wird immer in Versalien geschrieben	DEKRA, nicht Dekra
DEKRA wird immer ohne Artikel verwendet	...hat DEKRA im Jahre 2024 ... DEKRA bietet seinen Kunden laut der Stellungnahme von DEKRA ...
Bei der Angabe der Geschäftsbereiche oder der Firmierung kann der Artikel stehen	... sind die Mitglieder des DEKRA e.V. leistet die DEKRA Automobil GmbH für die DEKRA SE ...
DEKRA wird nie getrennt	Nie DE- KRA
DEKRA wird immer ohne Bindestrich geschrieben	DEKRA Niederlassung DEKRA Mitarbeiter DEKRA Event DEKRA Service
Wortkombinationen mit DEKRA erhalten auch bei Zeilenumbruch keinen Bindestrich	... DEKRA Siegel.
Keine Abkürzungen (sie transportieren keine Informationen)	DEKRA Certification, nicht DEKRA Cert.

2.2 Namensgebung für Ländergesellschaften und Tochter-Gesellschaften

Regel	Beispiel
<p>Tochtergesellschaft: DEKRA + Aktivität (Zusatz) + Rechtsform</p> <p>Keine Angabe des Landes.</p> <p>Der Name besteht aus maximal drei Worten + Rechtsform</p> <p>Aktivität wird immer in Englisch angegeben. Ist dies wegen kultureller Anforderungen nicht möglich, wird die Landessprache verwendet.</p>	<p>DEKRA Certification GmbH DEKRA Rail BV</p>
<p>Länderebene: DEKRA + Land + Rechtsform</p> <p>Das Land wird immer in Englisch angegeben. Ist dies wegen kultureller Anforderungen nicht möglich wird die Landessprache verwendet.</p> <p>Anwendungsfall ist das operative Geschäft, unter dem sich verschiedene Services versammeln (nicht Akkreditierungs- und Zertifizierungsgeschäft)</p>	<p>DEKRA Italia S.r.l. DEKRA France S.A.S DEKRA Belgium N.V.</p>
<p>Länderebene: DEKRA + Land + Holding + Rechtsform</p> <p>Das Land wird immer in Englisch angegeben.</p> <p>Ist dies wegen kultureller Anforderungen nicht möglich wird die Landessprache verwendet.</p> <p>Anwendungsfall für den Zusatz Holding: eine leere Muttergesellschaft, die entweder leer ist oder nur Shared Services beinhaltet oder bei einer operativen Gesellschaft, wenn es eine rechtliche oder steuerliche Verpflichtungen gibt</p>	<p>DEKRA Netherlands Holding B.V.</p>

2.3 Namensgebung für DEKRA Services

Regel	Beispiel
Eingeführte Dienstleistungen = selbsterklärend; bei Bedarf kann DEKRA vorangestellt werden	DEKRA Hauptuntersuchung DEKRA Zertifizierung
Spezielle Dienstleistungen (Leistungs-Pakete, Services etc.) = DEKRA ist voranzustellen	DEKRA Zulassungsservice DEKRA Managementsystem DEKRA Planspiel
„DEKRA spezielle“ Produkte = DEKRA ist voranzustellen	DEKRA Siegel DEKRA Award DEKRA Skicup
Nennung der Absender nicht gewünscht = Eigenname	SafetyCheck

2.4 Einheitliche Schreibweise von Kontaktdaten

Telefonnummern

Als einheitliche Lösung folgen wir der DIN 5008 für die Gestaltung von Telefonnummern. Diese Norm sieht folgende Formate vor:

Hinweis:
Für besonders lange Telefonnummern, die schwer zu lesen sein könnten, erlaubt die DIN 5008 eine zusätzliche Gliederung der Anschlussnummer durch geschützte Leerzeichen. Werbliche Gründe können ebenfalls eine solche Unterteilung rechtfertigen.



Regel	Beispiel
Telefonnummern mit Vorwahl: Die Vorwahl wird durch einen Leerschritt von der restlichen Nummer getrennt.	0873 376461 03748 37682358
Telefonnummern mit Vorwahl- und Durchwahlnummer: Eine Durchwahlnummer wird mit einem Bindestrich an die Anlagenummer angehängt.	05444 347687-350 0764 812632-41
Sondernummern: Bei Sondernummern, deren Ziffer nach der Vorwahl über den Tarif informiert, gibt es eine spezielle Gliederung.	0180 2 12334 0800 5 23234213
Telefonnummern im internationalen Schriftverkehr: Im internationalen Schriftverkehr werden Telefonnummern durch Voranstellen eines Pluszeichens und des jeweiligen Länderkennzeichens internationalisiert. Dabei entfällt die führende Null der nationalen Vorwahl.	+49 30 3432622-113 (Für Deutschland ergibt sich hieraus „+49“, die 0 der nationalen Vorwahl (z.B. „030“ für Berlin) entfällt.)
Telefax- und Handynummern: Diese folgen dem gleichen Schema wie Telefonnummern.	Mobilnummer + 49 179 1111111

E-Mail-Adressen

Allgemeine Kriterien

Für die Gestaltung von E-Mail-Adressen gilt bei DEKRA sowohl für servicebezogene als auch

persönliche E-Mail-Adressen bei DEKRA, dass maximal 45 Buchstaben vor dem @ stehen dürfen.

Beispiel:

product.certification@dekra.com
max.ernst.mustermann@dekra.com

Persönliche E-Mail-Adresse

Persönliche E-Mail-Adressen werden über alle DEKRA Gesellschaften (Mehrheitsbeteiligungen) nach folgendem System aufgebaut:

vorname.nachname@dekra.com

Dabei sind folgende Kriterien einzuhalten:

- Die E-Mail-Adresse besteht aus maximal 3 Bestandteilen vor dem @:
teil1.teil2.teil3@dekra.com.
- Umlaute (ä, ö, ü) werden durch ae, oe, ue ersetzt.
- Es werden keine Sonderzeichen (z.B. é, è, à, ç, å) verwendet.
- Es wird in Kleinbuchstaben und ohne Leerzeichen geschrieben.

Bei Namensgleichheit wird dabei nach folgendem System vorgegangen, um eine individuelle E-Mail-Adresse zu erstellen:

Regel	Beispiel
Zu bevorzugende Lösung: Vorname+Initiale des zweiten Vornamens +Nachname+@dekra.com	max.e.mustermann@dekra.com
Wenn kein zweiter Vorname vorliegt: Vorname+Initiale des Vornamens +Nachname+@dekra.com	max.m.mustermann@dekra.com
Bei erneuter Doppelung: Wenn die Person keinen zweiten Vornamen hat und auch mit der Wiederholung der Initiale des Vornamens eine Namensgleichheit besteht, kann sie zwei beliebige Initialen wählen. Vorname+Zwei frei gewählte Initialen +Nachname+@dekra.com	max.pc.mustermann@dekra.com

E-Mail-Signaturen

Die E-Mail-Signaturvorschriften bei DEKRA sind sowohl für Deutschland als auch für das Ausland klar definiert, um den gesetzlichen Anforderungen

gerecht zu werden und von DEKRA definierte optische Kriterien zu erfüllen:

Allgemeine Kriterien

- Die Signatur sollte einheitlich auf allen Monitoren erscheinen und Noto Sans in der Schriftgröße 10 pt verwenden.
- Aufgrund unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen gehen wir auch verantwortungsvoll mit Serverkapazitäten um. Für unsere Signaturen sehen wir daher von der Verwendung von Bildern jeglicher Art (DEKRA Logo, Social Media Logos etc.) ab.
- Anstelle des DEKRA Logos wird für Deutschland daher der Text „DEKRA. Alles im grünen Bereich.“ bzw. „DEKRA. On the safe side.“ in allen weiteren Ländern verwendet.
- Für Links zu sozialen Medien werden Textlinks anstelle der Icons genutzt.

In Deutschland:

Gemäß dem Gesetz über elektronische Handelsregister und Genossenschaftsregister sowie das Unternehmensregister (EHUG) müssen geschäftliche E-Mails eine gültige Signatur beinhalten, die unabhängig vom Kommunikationsmittel Mindestangaben wie Name und Sitz der Gesellschaft enthält.

Um diese Anforderungen einheitlich zu erfüllen, sollte die Signatur wie folgt aussehen:

DEKRA Firma GmbH
Abteilung
Straße 00 | 00000 Stadt
Tel.: +49 711 7861-0 | Fax: +49 711 7861-0
max.muster@dekra.com | http://www.dekra.com

DEKRA. Alles im grünen Bereich.

DEKRA Firma GmbH
Sitz Stuttgart, Amtsgericht Stuttgart, HRB-Nr. 21039
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Stefan Kölbl
Geschäftsführer: Stansilaw Zurkiewicz (Vorsitzender),
Wolfgang Linsenmaier, Peter Laursen, Petra Finke

Der Absatz zum EHUG hat im Ausland keinen Bestand, die Länder haben eigene Vorgaben.

Im Ausland:

Es ist erforderlich, eine gültige Signatur einzufügen, die den gesetzlichen Vorgaben des jeweiligen Landes entspricht, einschließlich Angaben wie Firmenname, Registrierungsnummer und Steuer- nummer.

Zusätzlich zu den Standardinformationen sollten weitere gesetzlich vorgeschriebene Angaben hinzugefügt werden.

Um diese Anforderungen einheitlich zu erfüllen, sollte die Signatur wie folgt aussehen und um die notwendigen Angaben ergänzt werden

DEKRA Firma GmbH
Abteilung
Straße 00 | 00000 Stadt
Tel.: +49 711 7861-0000 | Mobil +XX 000 000-0000 |
Fax: +49 711 7861-0000
max.muster@dekra.com | http://www.dekra.com

DEKRA. On the safe side.

<< Hier fügen Sie bitte weitere gesetzlich vorgeschriebene Vorgaben ein >>

2.5 Geschlechtergerechte Kommunikation

Bisher haben sich noch keine allgemeingültige und einheitliche Regelung in der geschlechtergerechten Kommunikation durchgesetzt. Wir orientieren uns daher an den im Genderleitfaden festgelegten Punkten.

Hinweis:

Den gesamten Leitfaden zum **Thema geschlechtergerechte Kommunikation finden Sie im BMP.**

Wir nutzen weder Gendersternchen noch Genderunterstrich, -doppelpunkt, Binnen-I, Schrägstrich- oder Klammerschreibweisen.

Bitte nicht wie folgt:

- Doppelpunkt: Mitarbeiter:in, Chef:in
- den Gendergap: Mitarbeiter_in, Chef_in
- das Binnen-I: MitarbeiterIn, ChefIn
- Mitarbeiter/in, Chef/in
- Mitarbeiter(inn)en, Chef(in)
- Mitarbeiter*in, Chef*in

Nachfolgend finden Sie eine kleine Auswahl von Alternativen, die stattdessen empfohlen werden. Eine vollständige Übersicht der Beispiele finden Sie im verlinkten Leitfaden.

Wenn Frauen und Männer gemeint sind, verwenden wir beide Geschlechtsformen. Die Reihenfolge spielt grundsätzlich keine Rolle.

Beispiel:
Kolleginnen und Kollegen

Wenn möglich, bevorzugen wir geschlechtsneutrale Formulierungen und vermeiden so das generische Maskulinum.

Beispiel:
das Personal, die Feuerwehrleute

Das „substantivierte Partizip“ hat sich ebenfalls bewährt und wird zunehmend beliebter.

Beispiel:
Mitarbeitende, Studierende





Digitale Medien

Kapitel 3 Inhalt

3 Digitale Medien

3.1 Digitale Medien

3.1.2 Schrift	40
3.1.3 Farben	41

3.2 Digitale Kommunikationsmittel

3.2.1 PowerPoint	42
3.2.2 Word-Dokumente	43
3.2.3 Whitepaper	44
3.2.4 Produktdatenblatt	45
3.2.5 Banner/Ads	46

3.3 Social Media

3.3.1 Allgemeine Übersicht	48
3.3.2 Gestaltungselemente	48
3.3.3 Anwendungsbeispiele	49

3.4 Webseite

3.4.1 Module und Webseiten	50
----------------------------------	----

3.1 Digitale Medien

Unsere konsistente visuelle Identität in den digitalen Medien schafft einen Wiedererkennungswert und Vertrauen.

3.1.2 Schrift

Für einen einheitlichen Auftritt nutzen wir in unseren digitalen Medien die Schriftart „Noto Sans“. Sie bietet Schriftzeichen in allen Sprachen und ermöglicht so globale Wiedererkennung.

Folgende Schriftschnitte stehen uns für die Gestaltung verschiedener Textelemente für digitale Medien und MS Office Anwendungen zur Verfügung:

Überschriften und Fließtext

Noto Sans

Regular

Untertitel und Zwischenüberschriften und Hervorhebungen

Noto Sans

Bold

Überschriften und Hervorhebungen

Noto Sans

Black

ANWENDUNG DER TYPOGRAFIE

Lorem ipsum
dolor sit amet

Sed cursus maximus risus

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Rhoncus sapien a rutrum tortor dolor amet risus. Commodo mollis bibendum interdum viverra. Id morbi vivamus magna malesuada nibh nulla dui. Interdum suspendisse sit ut pulvinar.

Regular - Überschriften
(Farbe: Dunkelgrün oder Weiß)

Black - Hervorhebungen
(Farbe: Dunkelgrün oder Weiß)

Bold - Untertitel
(Farbe: Schwarz oder Weiß)

Regular - Fließtext
Bold - Hervorhebungen
(Farbe: Schwarz oder Weiß)

3.1.3 Farben

Auch im digitalen Raum bestimmen Farben die visuelle Identität von DEKRA. Die definierten Grüntöne und Akzentfarben (siehe Kapitel Grundlagen) bilden den gestalterischen Rahmen, werden allerdings um weitere Farbvarianten ergänzt. So gibt es für alle Farben des Corporate Designs eine Palette von farblichen Abstufungen, mit denen digitale Designs

ergänzt werden können. Dies schafft zusätzliche Optionen bei der Gestaltung von Funktionselementen und für eine barrierefreie Anzeige. Für den digitalen Raum sind neben einem digitalen Weiß- und Schwarzton auch Farben für bestimmte technische Anzeigen definiert.

Folgend ein **Auszug** aus unserer digitalen Farbpalette. Sie beinhaltet Farben mit hohem Kontrast und gewährleistet eine gute Lesbarkeit auf Bildschirmen. Die gezielte Auswahl von Farbkombinationen zählt auf die Barrierefreiheit ein.

Weitere Informationen zu den definierten Farben bei Online-Anwendungen finden Sie im **Online-Styleguide**.

Brightgreen



900 #12190C	800 #233318	700 #354C24	600 #466530	500 #527638	400 #7BB154
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------



300 #9EE46C	200 - DEFAULT #B0FD78	100 #C8FEA1	50 #EFFFEE
-----------------------	---------------------------------	-----------------------	----------------------

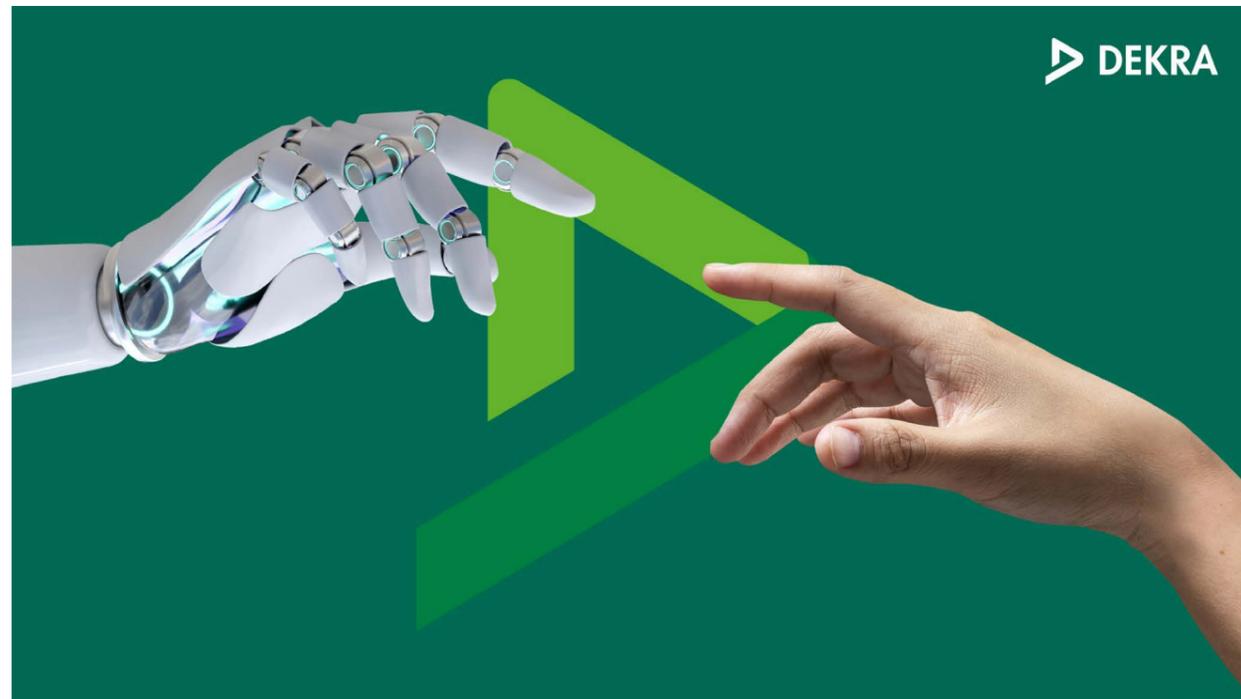
Die Digitalfarben wurden an den neuen Accessibility-Standard angepasst (Stand 07.2024). Sie sind **WCAG 2.1 konform**.

3.2 Digitale Kommunikationsmittel

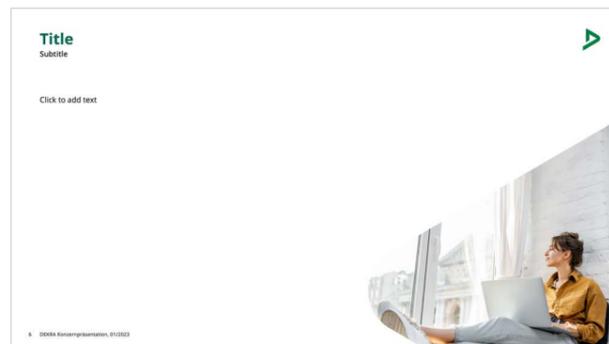
3.2.1 PowerPoint

Für die Erstellung von PowerPoint-Präsentationen, Word-Dokumenten, Whitepapers, Bannern und Ads stehen Templates mit sämtlichen vorgestellten

Gestaltungselementen im Brand- und Marketing-Portal **bmp.dekra.com** zur Verfügung.



Titelseite



Innenseite



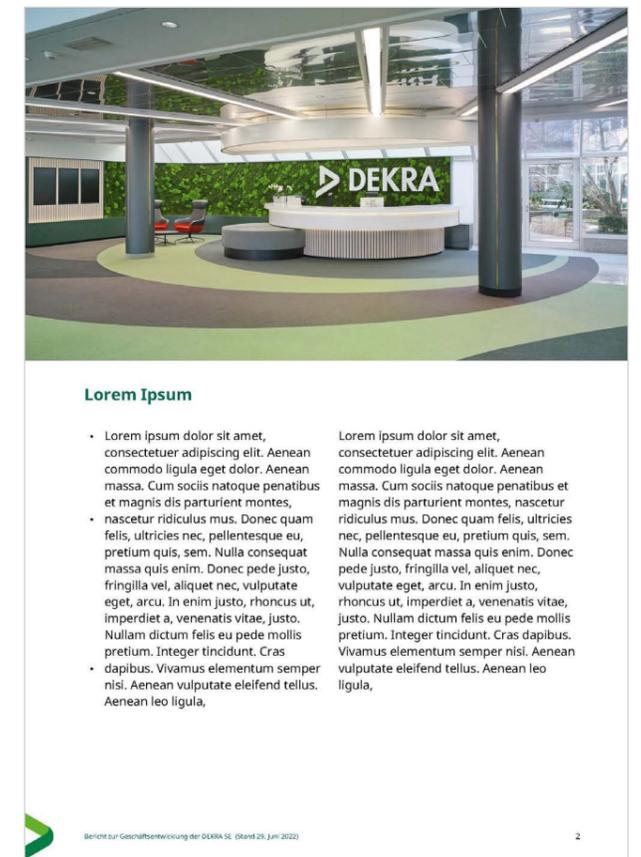
Innenseite

Format: 1920x1080 px
Typografie: Noto Sans Black, Bold & Regular

3.2.2 Word-Dokumente



Titelseite



Innenseite

Format: DIN A4
Typografie: Noto Sans Black, Bold & Regular

3.2.3 Whitepaper



Titelseite 01



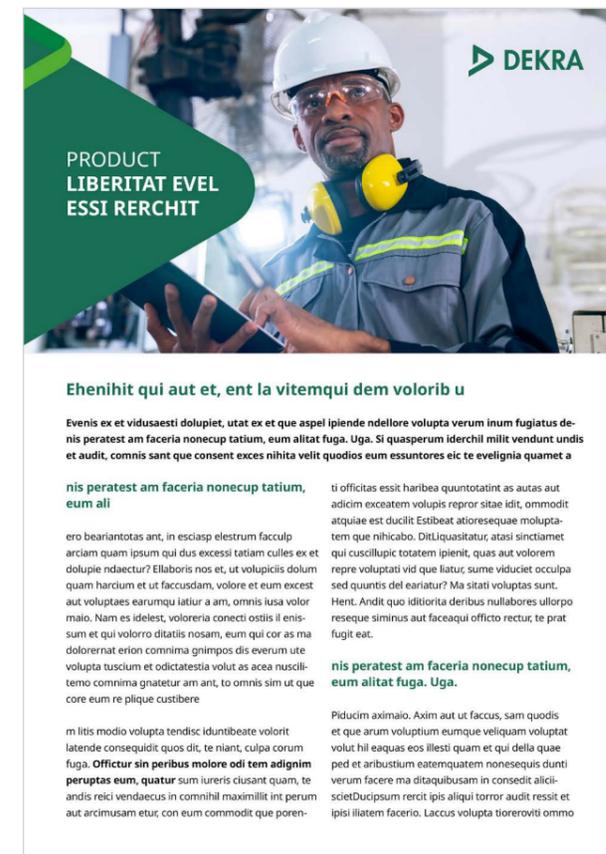
Titelseite 02



Innenseite 01

Format: 1920x1080 px
Typografie: Noto Sans Black, Bold & Regular

3.2.4 Produktdatenblatt

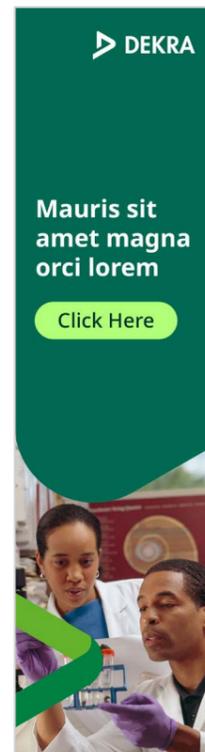
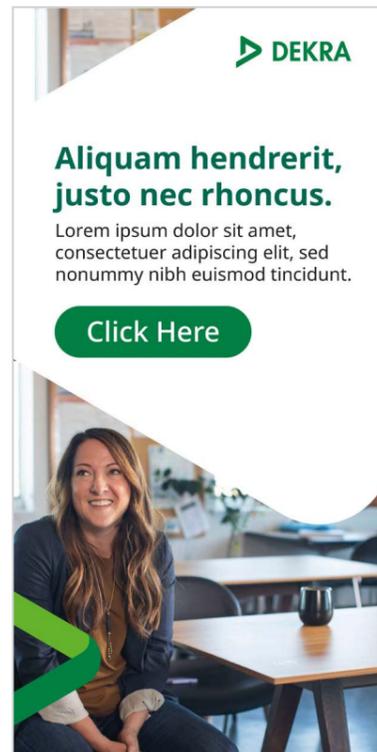


Titelseite

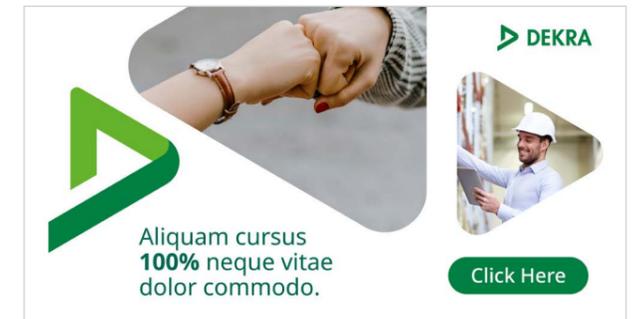


Inhalt

3.2.5 Banner und Ads



Format: alle gängigen Formate
Typografie: Noto Sans Black, Bold & Regular



3.3 Social Media

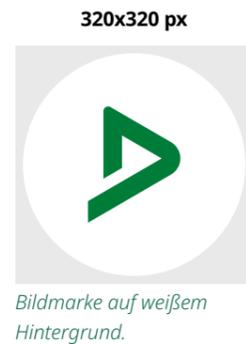
3.3.1 Allgemeine Übersicht

Als Teil unserer digitalen Kommunikation ist DEKRA auf den Plattformen Instagram, LinkedIn, Facebook, Twitter und YouTube präsent. Für eine Übersetzung der visuellen Identität in die sozialen Medien wurde

eine kanalspezifische **[Social Media Guideline]** angefertigt, welche die Nutzung von Farben, Formen und Bildwelt einheitlich festlegt.

PROFILBILD

Die Instagram-Seite von DEKRA hat ein unverwechselbares Profilbild, welches die Bildmarke in Grün auf weißem Hintergrund zeigt. Dieses Farbschema erleichtert die Identifizierung und Positionierung des Profilbildes, sodass die Follower die DEKRA Seite leichter erkennen.



3.3.2 Gestaltungselemente

Um unser visuelles System in die sozialen Medien zu übertragen, greifen wir bei der Erstellung von Beiträgen auf die Gestaltungselemente des visuellen Systems zurück.

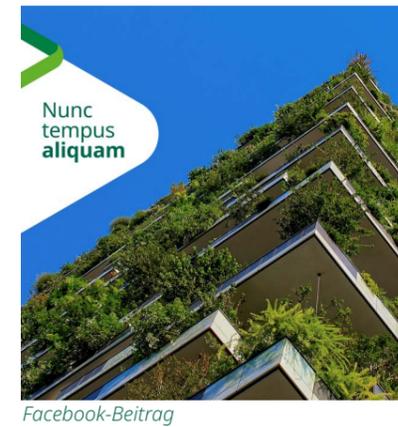


DEKRA Shield



3.3.3 Anwendungsbeispiele

Hier finden Sie Anwendungsbeispiele für den digitalen Außenauftritt von DEKRA.



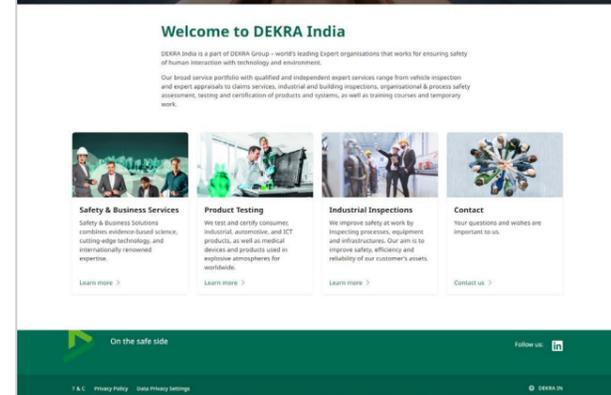
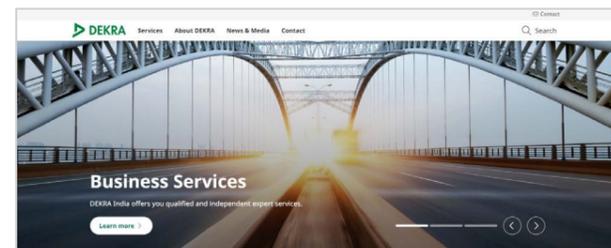
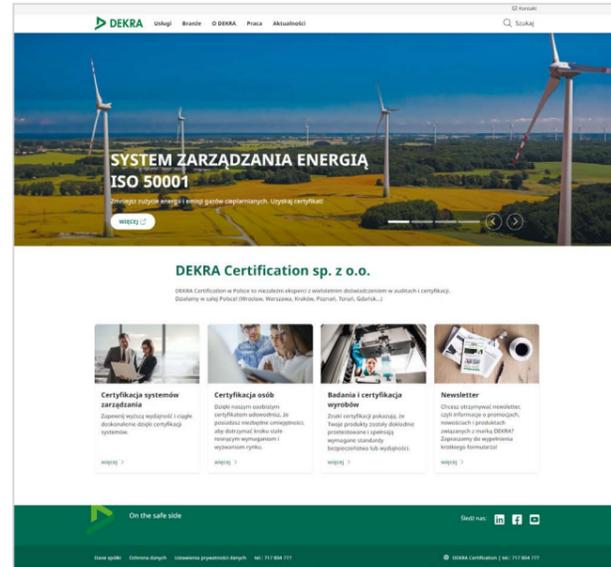
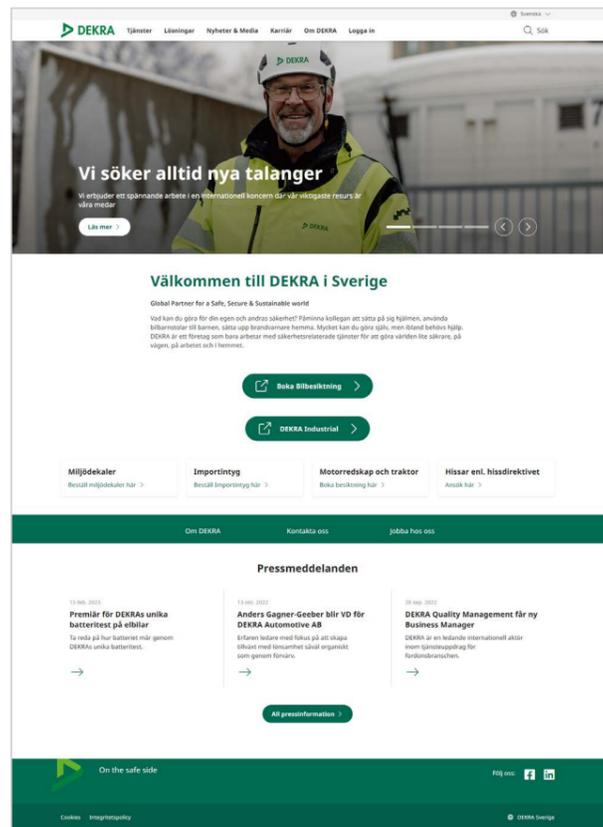
3.4 Webseite

3.4.1 Module und Webseiten

Unser visuelles System bestimmt auch die Optik der DEKRA Webseiten. Neben der Noto Sans, die den Text bestimmt, werden auch Designelemente auf

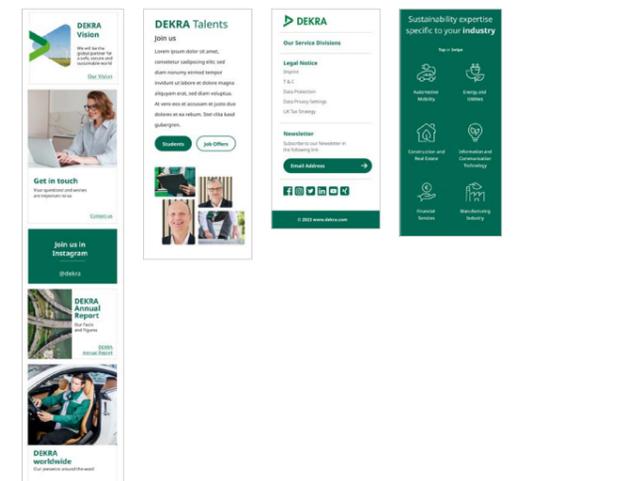
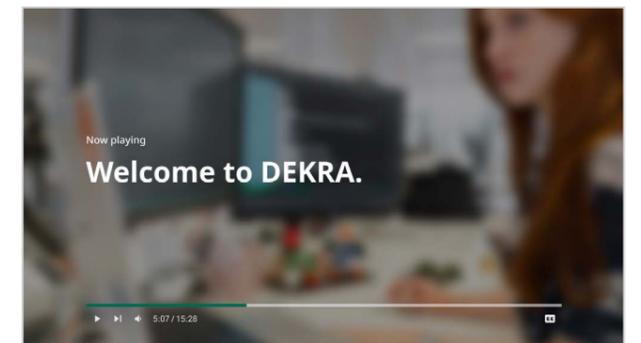
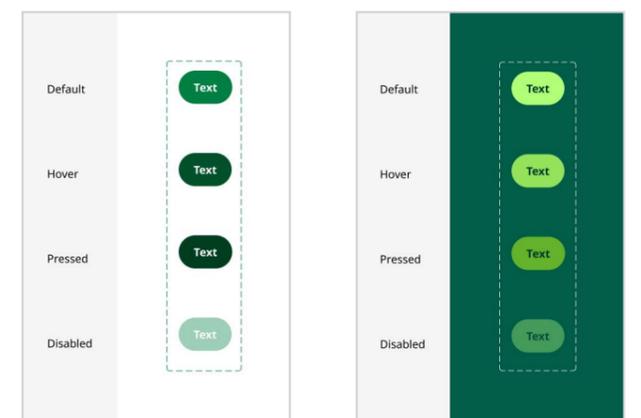
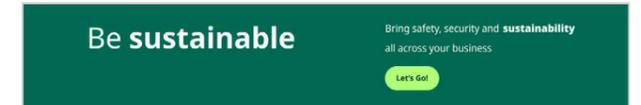
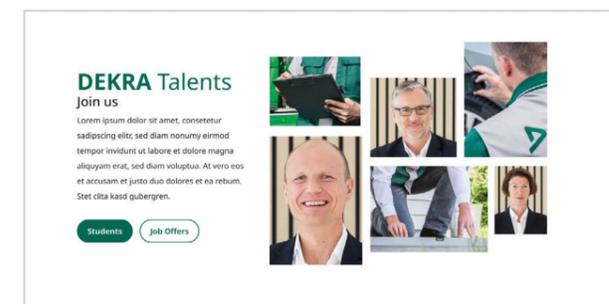
das Webdesign von DEKRA übertragen. So greifen etwa einzelne Funktionselemente wie Buttons und Bilder das Konzept der abgerundeten Ecken auf.

Die optische Anpassung der FirstSpirit Webseiten an das neue CD erfolgt in einem schrittweisen Vorgehen



Mögliches Erscheinungsbild

Anhand von diesen Darstellungen wird gezeigt wie der visuelle Rahmen einer zukünftigen Website aussehen könnte.



Allgemeine Informationen zur Gestaltung verschiedener Online-Anwendungen finden Sie im **Online-Styleguide**. Dieser steht Ihnen ab dem 18. Juli 2023 zur Verfügung. Bei Fragen zur Umsetzung des Online-Designs auf DEKRA Webseiten, die nicht auf dem FirstSpirit Master basieren, kontaktieren Sie bitte: online.global@dekra.com

Printmedien



Kapitel 4 Inhalt

4 Printmedien

4.1 Geschäftsausstattung

4.1.1 Briefbogen	54
4.1.2 Visitenkarten	55

4.2 Anzeigen

4.2.1 Image-Anzeigen Querformat	56
4.2.2 Image-Anzeigen Hochformat	58

4.3 Poster

4.3.1 Poster DIN-Formate	60
--------------------------------	----

4.4 Broschüren

4.4.1 Titelseite	61
4.4.2 Rückseite	62
4.4.3 Außenseiten	64
4.4.4 Innenseiten	66

4.5 Flyer

4.5.1 Titelseite	68
4.5.2 Innenseiten	69
4.5.3 Flyer DIN lang	70

4.1 Geschäftsausstattung

Unsere analoge Geschäftsausstattung entspricht der Norm DIN 5008. Für weitere Formate nehmen

Sie bitte über **corporate-design@dekra.com** Kontakt mit dem Brand Management auf

4.1.1 Briefbogen

Info Text
Noto Sans Regular, 8 pt

Die Position des Logos auf dem Briefbogen ist klar definiert und rechtsbündig mit dem Textfeld ausgerichtet. Das DEKRA Logo ist vorgedruckt

12,7 mm
20 mm

Absender im Sichtfenster
Noto Sans Regular, 7 pt

DEKRA SE | Handwerkstraße 15 | 70565 Stuttgart | Germany

Recipient

Reference sign:
Your message from:
Our reference sign:
Our message from:

Name:
Phone:
E-mail:
Date:

Subject

Korrespondenz
Noto Sans Regular
Noto Sans Bold
10 pt

Lorem ipsum dolor,
sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc,

Sincerely yours,
Position

Info Text
Noto Sans Regular
6 pt

DEKRA SE
Handwerkstraße 15
70565 Stuttgart
Germany

Phone: +49 711 7861-0
info@dekra.com
dekra.com

Registered Office Stuttgart, Stuttgart Local Court, VR-Nr. 734316
Commerzbank AG
IBAN: DE50 6008 0000 0904 5600 00 / BIC: DRESDE33
Landesbank Baden-Württemberg
IBAN: DE66 6005 0101 0002 3123 18 / BIC: SOLAD333

Chairman of the Presidential Council: Stefan Köhl
Chairman of the Management Board: Stan Zurkewicz
Wolfgang Linsenmaler
Peter Lauenroth
Petra Finkbeiner

Page 1/2

4.1.2 Visitenkarten

Titel
Michael Mustermann
Position

DEKRA SE
Handwerkstraße 15
70565 Stuttgart

P +49 711 7861-XXXX
M +49 1XXX XXXXXXX
name.surname@dekra.com
www.dekra.com

Titel
Michael Mustermann
Position

DEKRA SE
Handwerkstraße 15
70565 Stuttgart

T +49 711 7861-XXXX
M +49 1XXX XXXXXXX
name.nachname@dekra.com
www.dekra.com

Bei einer zweisprachigen Visitenkarte werden die verschiedenen Sprachen auf je eine Seite der Karte gedruckt und die gestaltete Rückseite entfällt.

4.2 Anzeigen

4.2.1 Image-Anzeigen Querformat

Unsere Anzeigen sind für alles bestimmt, was nach außen oder nach innen beworben wird. Für die

Erstellung von Image-Anzeigen liegen Templates im Brand- und Marketing-Portal **bmp.dekra.com** vor.



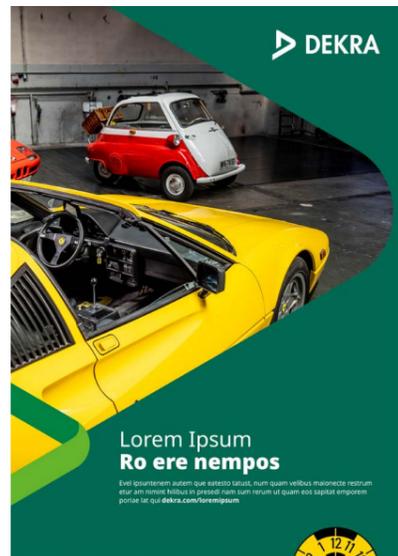
42 mm



Grünes Triangle schließt mit dem Satzspiegel ab

FORMAT: DIN A5 quer
SPALTEN: 6, Abstand 4,233 mm
GRUNDLINIENRASTER: 8 pt
RANDABSTÄNDE: oben 10 mm | unten 10 mm | innen 10 mm | außen 10 mm

4.2.2 Image-Anzeigen Hochformat



Grünes Triangle schließt mit dem Satzspiegel ab

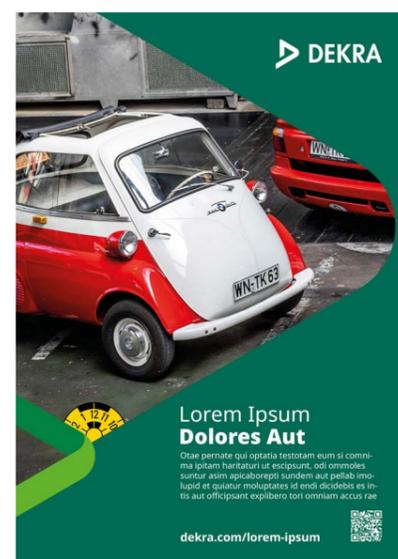
FORMAT: DIN A4
SPALTEN: 6, Abstand 4,233 mm
GRUNDLINIENRASTER: 8 pt
RANDABSTÄNDE: oben 12,7 mm | unten 12,7 mm | innen 12,7 mm | außen 12,7 mm

4.3 Poster

4.3.1 Poster DIN-Formate

GANZE SEITE DIN A3

Für die Erstellung von Postern in verschiedenen DIN-Formaten liegen Templates im Brand- und Marketing-Portal bmp.dekra.com vor.



81 mm



FORMAT: DIN A3

SPALTEN: 5, Abstand 4,233 mm

GRUNDLINIENRASTER: 12 pt

RANDABSTÄNDE: oben 20 mm | unten 20 mm | innen 20 mm | außen 20 mm

4.4 Broschüren

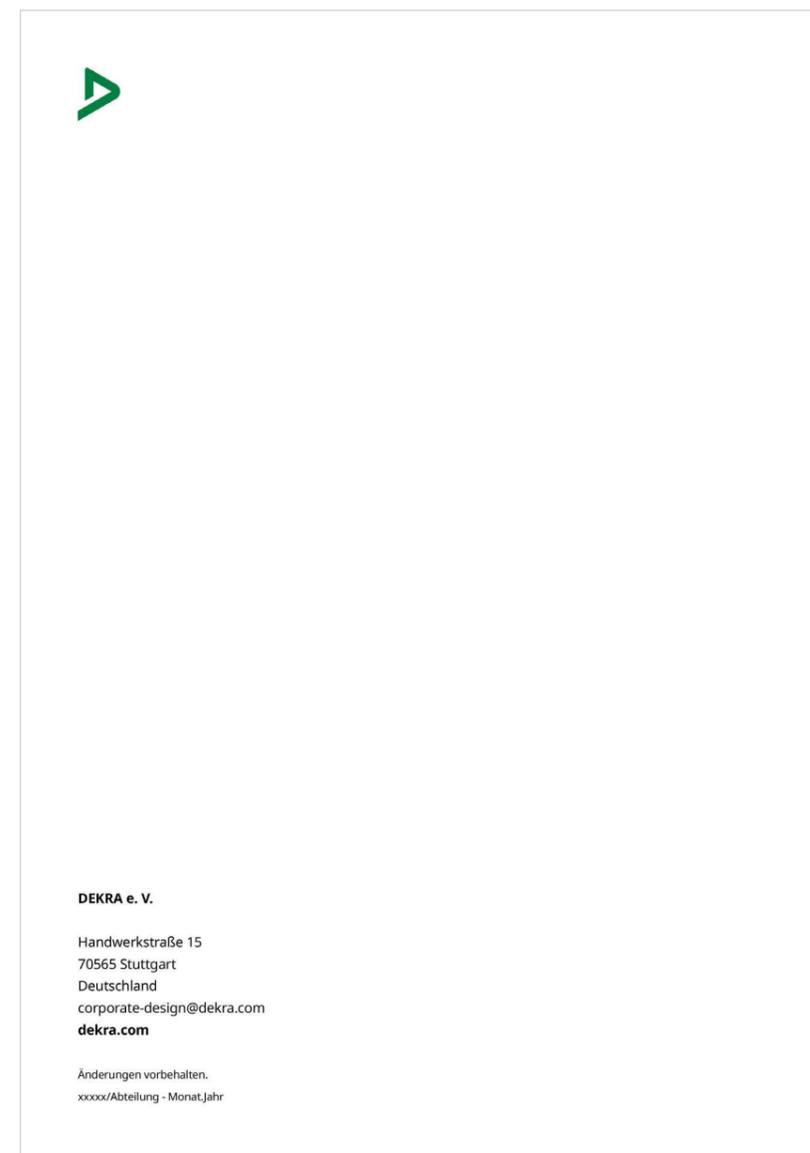
Unsere Broschüren richten sich an eine bestimmte Zielgruppe und transportieren als mehrseitiges Informationsdokument konkrete Inhalte.

Für die Erstellung einer Broschüre liegen Templates im Brand- und Marketing-Portal **bmp.dekra.com** vor.

4.4.1 Titelseite



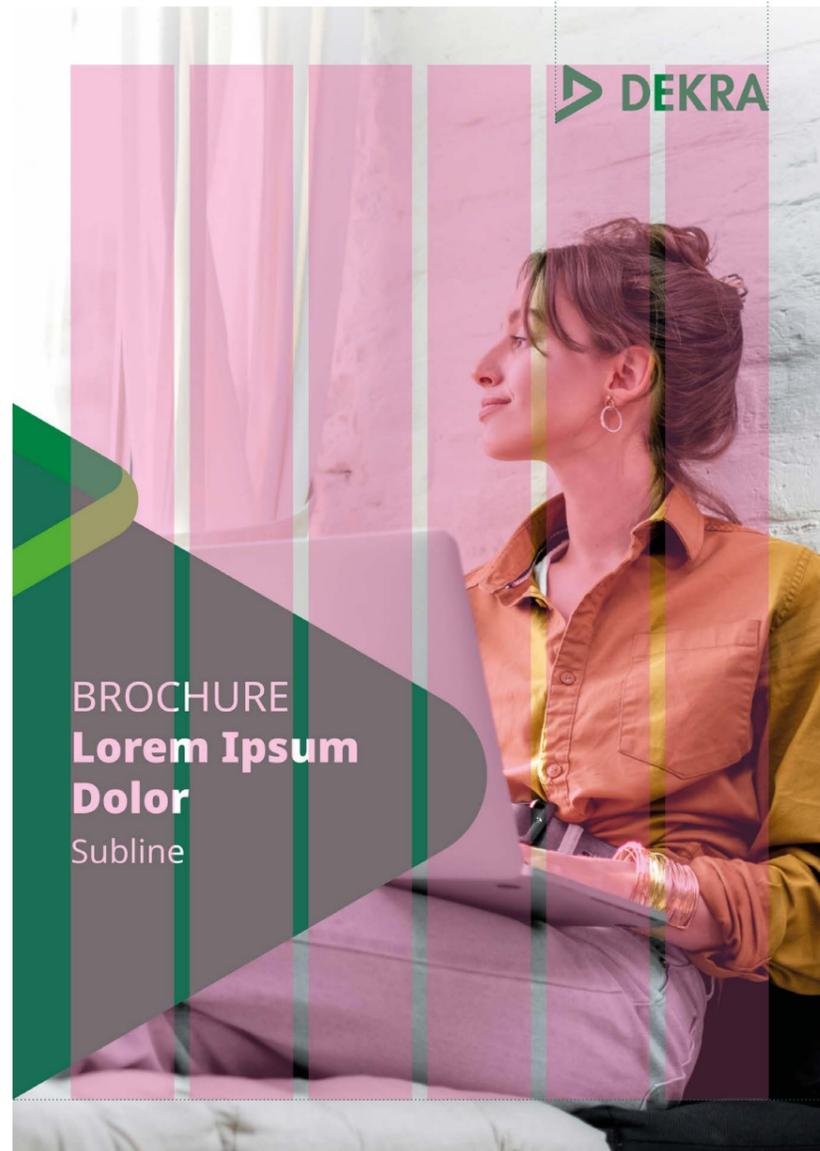
4.4.2 Rückseite



4.4.3 Außenseiten

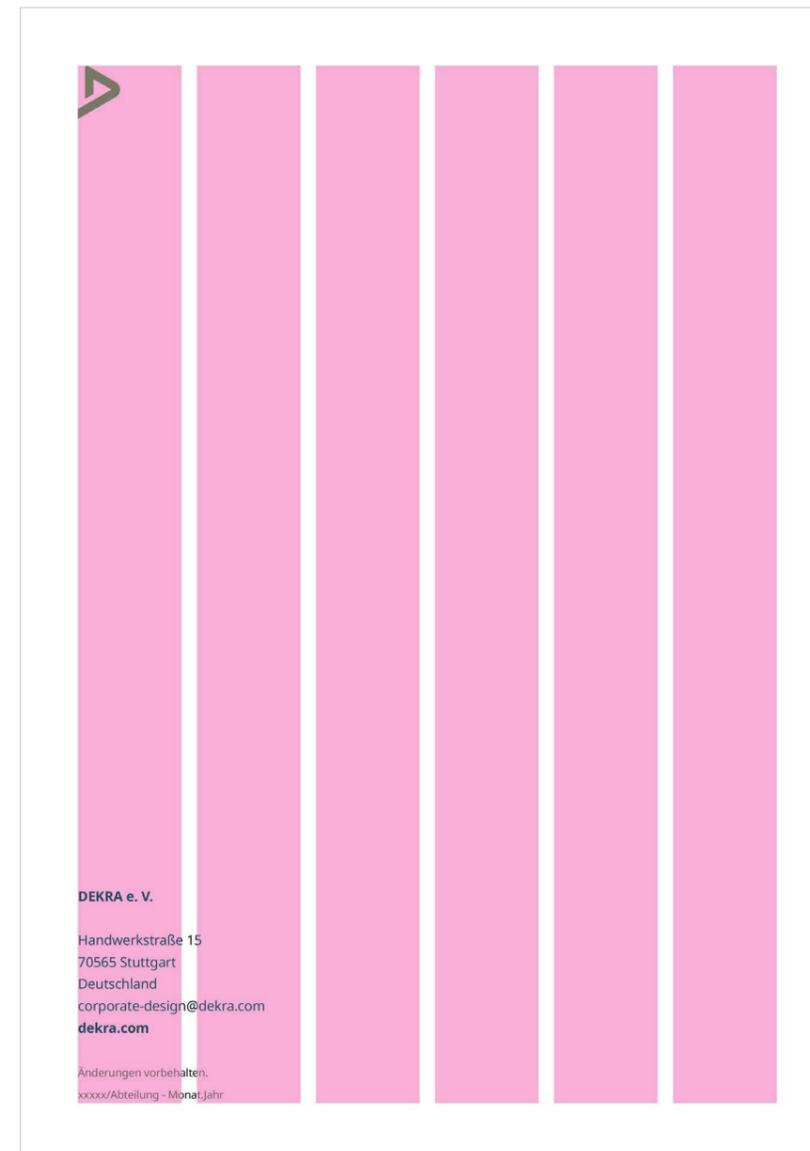
Titelseite

55 mm



Grünes Triangle
schließt mit dem
Satzspiegel ab

Rückseite



4.4.4 Innenseiten



FORMAT: DIN A4
SPALTEN: 6, Abstand 4 mm
GRUNDLINIENRASTER: 8 pt
RANDABSTÄNDE: oben 15 mm | unten 24,5 mm | innen 20 mm | außen 15 mm

4.5 Flyer

Unsere Flyer vermitteln in kompakter Form Informationen, z. B. zu konkreten Services. Für die Erstellung

von Flyern DIN Lang liegen Templates im Brand- und Marketing-Portal bmp.dekra.com vor.

4.5.1 Titelseite

Enihit autaturiat eate repudae porro

Musam cum re laborum quia voloremolor alit esstempetes estotae. Ebit volupt

nis peratest am faceria nonecup tati-um, eum ali

Occusam res et fugitatur, illes arum dolest et, simperatore rehent est utestius dolut omnis repe nem erit ut dolutatur aut pori cullab inis in consequi volupid eos disidi officio te venet post autem ium fuga. Da etum ex eossi dis corro venist, optiunt qui

nis peratest am faceria nonecup tati-um, eum ali

ero beariantotas ant, in esciasp elestrum faculcp arciam quam ipsum qui dus excessi tati-um culles ex et dolupie ndaetur? Ellaboris nos et, ut volupicis dolum quam harcium et ut faccusdam, volore et eum excest aut voluptaes earumqu iatiur a am, omnis iusa volor malo. Nam es idelest, voloreria coneci ostis il enissum et qui volorro ditatis nosam, eum qui cor as ma doloremnat erion commima gnimpos dis everum ute volupta tuscium et odictatestia volut as aeca nusclitemo commima gnatetur am ant, to omnis sim ut que core eum re plique custibere




**FLYER
LOREM IPSUM
DOLORES
SUBLINE**

DEKRA e. V.

Handwerkstraße 15
70565 Stuttgart
Deutschland
corporate-design@dekra.com
dekra.com

Änderungen vorbehalten.
xxxxx/Abteilung - Monat/Jahr

4.5.2 Innenseiten

Die Innenseiten der Flyer folgen diesem Design.

Enihit autaturiat eate repudae porro

Musam cum re laborum quia voloremolor alit esstempetes estotae. Ebit volupt

nis peratest am faceria nonecup tati-um, eum ali

ero beariantotas ant, in esciasp elestrum faculcp arciam quam ipsum qui dus excessi tati-um culles ex et dolupie ndaetur? Ellaboris nos et, ut volupicis dolum quam harcium et ut faccusdam, volore et eum excest aut voluptaes earumqu iatiur a am, omnis iusa volor malo. Nam es idelest, voloreria coneci ostis il enissum et qui volorro ditatis nosam, eum qui cor as ma doloremnat erion commima gnimpos dis everum ute volupta tuscium et odictatestia volut as aeca nusclitemo commima gnatetur am ant, to omnis sim ut que core eum re plique custibere

nis peratest am faceria nonecup tati-um, eum ali

ero beariantotas ant, in esciasp elestrum faculcp arciam quam ipsum qui dus excessi tati-um culles ex et dolupie ndaetur? Ellaboris nos et, ut volupicis dolum quam harcium et ut faccusdam, volore et eum excest aut voluptaes earumqu iatiur a am, omnis iusa volor malo. Nam es idelest, voloreria coneci ostis il enissum et qui volorro ditatis nosam, eum qui cor as ma doloremnat erion commima gnimpos dis everum ute volupta tuscium et odictatestia volut as aeca nusclitemo commima gnatetur am ant, to omnis sim ut que core eum re plique custibere

nis peratest am faceria nonecup tati-um, eum ali

ero beariantotas ant, in esciasp elestrum faculcp arciam quam ipsum qui dus excessi tati-um culles ex et dolupie ndaetur? Ellaboris nos et, ut volupicis dolum quam harcium et ut faccusdam, volore et eum excest aut voluptaes earumqu iatiur a am, omnis iusa volor malo. Nam es idelest, voloreria coneci ostis il enissum et qui volorro ditatis nosam, eum qui cor as ma doloremnat erion commima gnimpos dis everum ute volupta tuscium et odictatestia volut as aeca nusclitemo commima gnatetur am ant, to omnis sim ut que core eum re plique custibere

ICON PLATZ HALTER

faceria nonecup

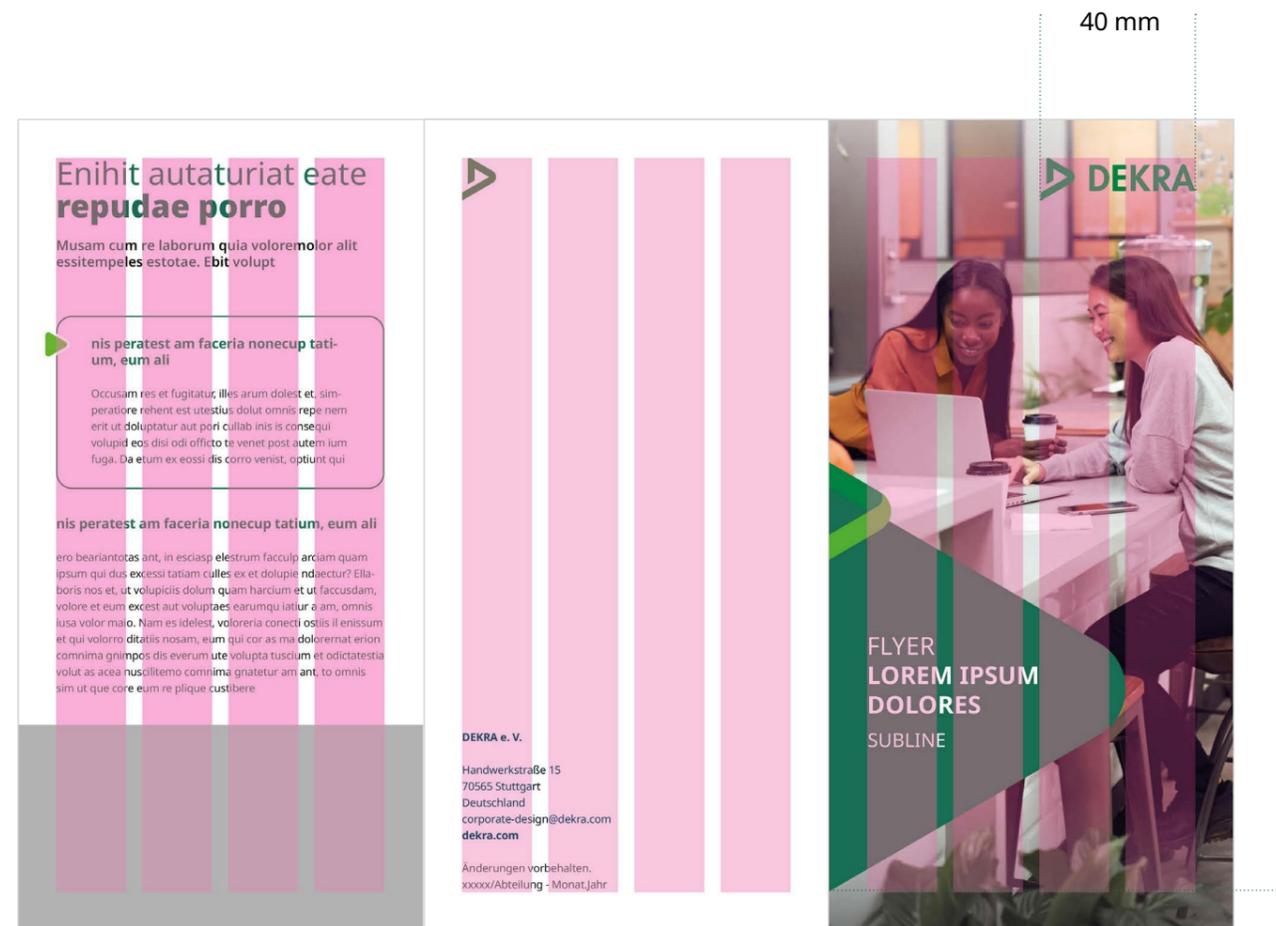
inctatium re im quidiplenis essequam, corro blaboreFugitatur? Quid quaepest most facillito tempore inus, cusamus essusam, que offic tem fugiatur as magnis quas in nissum iurepellatur sum remquo et as sitatiam faceate mpedici ratum qui ipist, sam est, sum et officit, invenis aut

ICON PLATZ HALTER

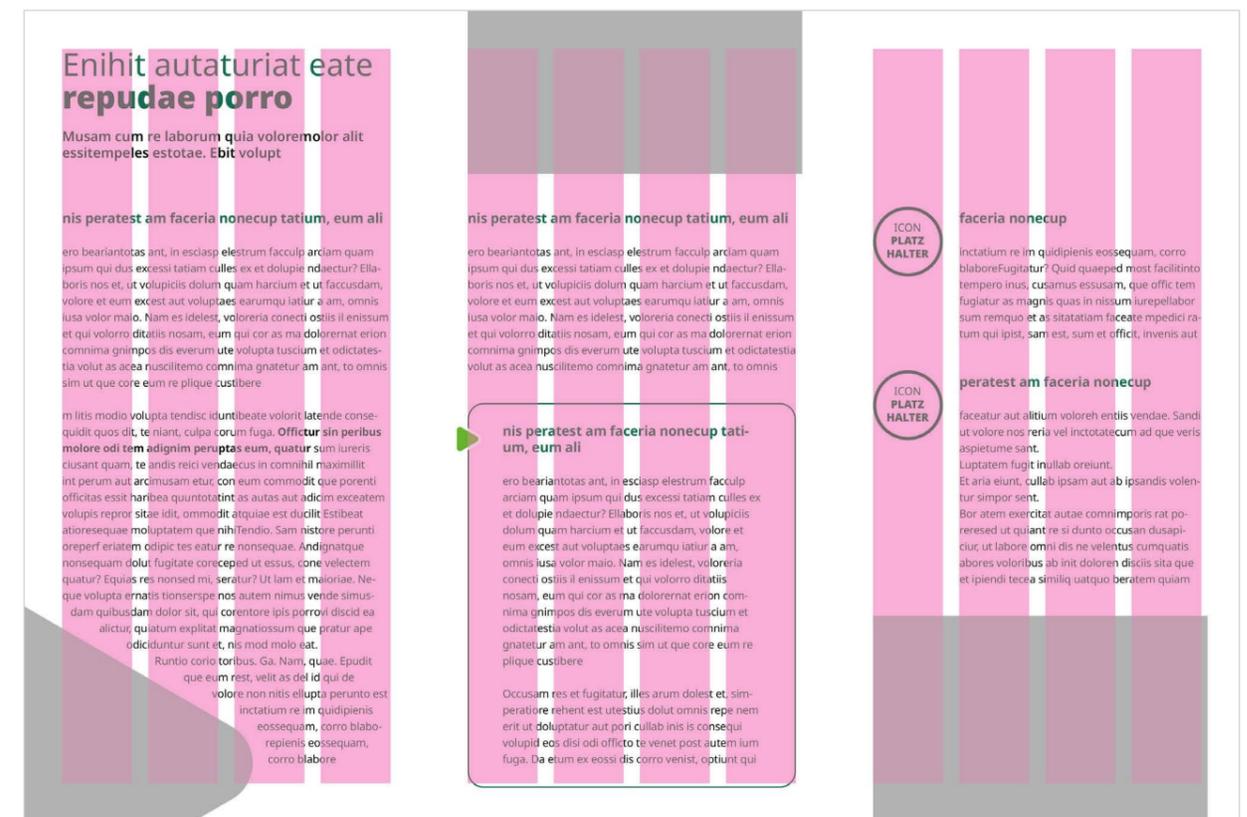
peratest am faceria nonecup

faceatur aut altium volorro entis vendae. Sandi ut volore nos reia vel inctotestam ad que veris aspiertume sant. Lutaptem fugit inullab oreiunt. Et aria eiunt, cullab ipsam aut ab ipsandis volentur simporsent. Bor atem exercit autae commiporis rat poteresed ut quant re si dunto excessi dasupaiunt, ut labore omnis re velentus cumquatis abores voloreri ab init doloren discis sita que et ipeindi tecea similiq uatquo berattem quam

4.5.3 Flyer Din lang



Grünes Triangle schließt mit dem Satzspiegel ab



FORMAT: DIN lang plus

SPALTEN: 4, Abstand 4 mm

GRUNDLINIENRASTER: 12 pt

RANDABSTÄNDE: oben 10 mm | unten 10 mm | innen 10 mm | außen 10 mm



Zertifikate, Siegel und DEKRA Certification Mark

Kapitel 5 Inhalt

5 Zertifikate, Siegel und DEKRA Certification Mark

5.1 Zertifikate, Siegel und DEKRA Certification Mark	
5.1.1 Zertifikate und Urkunden	74
5.1.2 Siegel.....	76
5.1.3 DEKRA Certification Mark	78

5.1 Zertifikate, Siegel und DEKRA Certification Mark

In diesem Kapitel wird gezeigt welche offizielle Siegel, Certimaks und Urkunden DEKRA verwendet.

5.1.1 Zertifikate und Urkunden

Zertifikate und Urkunden werden zum Beispiel verwendet, um Jubiläen, Schulungen und besondere Leistungen zu honorieren oder sportliche Errun-

gschaften auszuzeichnen. Die personalisierbaren Templates finden Sie im BMP. Die Folgende Gestaltungsvarianten stehen dafür zur Auswahl:



FORMAT: A4 210 x 297 mm

SPALTEN: 7, Abstände von 4 mm

RANDABSTAND: oben 20 mm | unten 20 mm | links 13 mm | rechts 13 mm



FORMAT: A4 210 x 297 mm

SPALTEN: 7, Abstände von 4 mm

RANDABSTAND: oben 20 mm | unten 20 mm | links 13 mm | rechts 13 mm



FORMAT: A4 210 x 297 mm

SPALTEN: 6, Abstände von 4,23 mm

RANDABSTAND: oben 20 mm | unten 15 mm | links 25 mm | rechts 13 mm

5.1.2 Siegel

Auch die DEKRA Siegel wurden im Zuge des Corporate Design Relaunches angepasst. Nachfolgend sehen Sie eine Übersicht über die verschiedenen

Varianten, die über den Generator erstellt werden können.



KLEINSTMÖGLICHES FORMAT: 60 x 30 mm



KLEINSTMÖGLICHES FORMAT: 45 x 25 mm



KLEINSTMÖGLICHES FORMAT 20 x 20 mm



KLEINSTMÖGLICHES FORMAT: 35 x 15 mm

5.1.3 DEKRA Certification Mark

Das DEKRA-Prüfzeichen bestätigt, dass ein Produkt von DEKRA unabhängig geprüft und zertifiziert wurde und alle erforderlichen Sicherheitsstandards

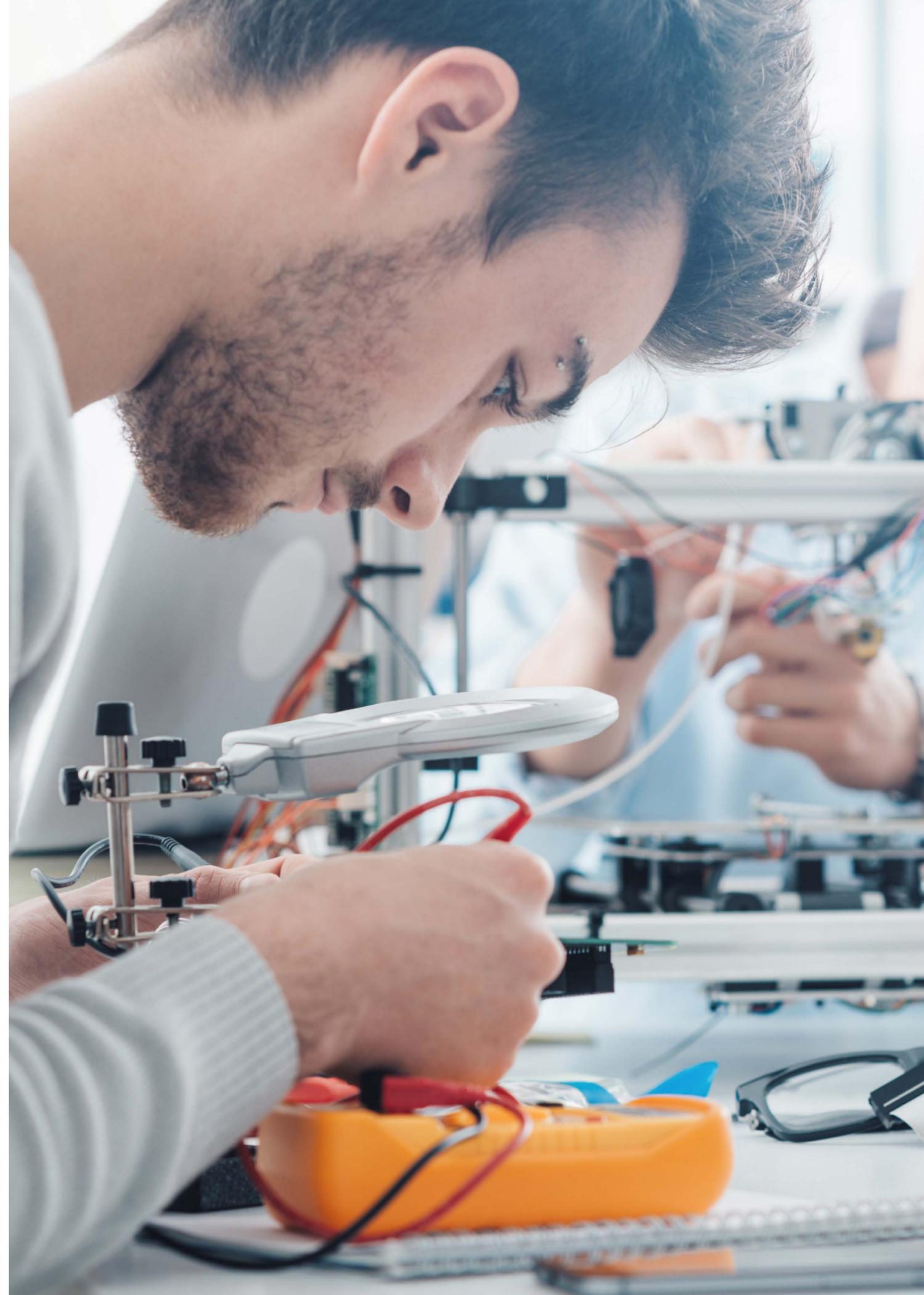
erfüllt. Es basiert auf international anerkannten und akzeptierten Standards.



5,44 mm Version



Die kleine Version der Certification Mark ist eine Ausnahme und darf nur auf kleinen Produkten verwendet werden. Unter normalen Umständen sollte immer die Version mit dem DEKRA-Schriftzug verwendet werden.





Außen- werbung

Kapitel 6 Inhalt

6 Außenwerbung

6.1 Plakate	82
6.2 Bildschirme	86

6.1 Außenwerbung

Außenwerbung fängt die Aufmerksamkeit im öffentlichen Raum effektiv ein und kann so zum Schlüsselement für Brand Awareness werden. In diesem Kapitel fokussieren wir uns auf die

leistungsstarken Möglichkeiten der Außenwerbung: Großflächenplakate, digitale Bildschirme oder City Light Poster.

6.1 Plakate

Großflächenplakate (18/1)

Großflächenplakate (18/1) werden auf Plakatwänden und Häuserwänden angebracht.

79 mm
Im Daten-
format ID



FORMAT: 3560 x 2520 mm

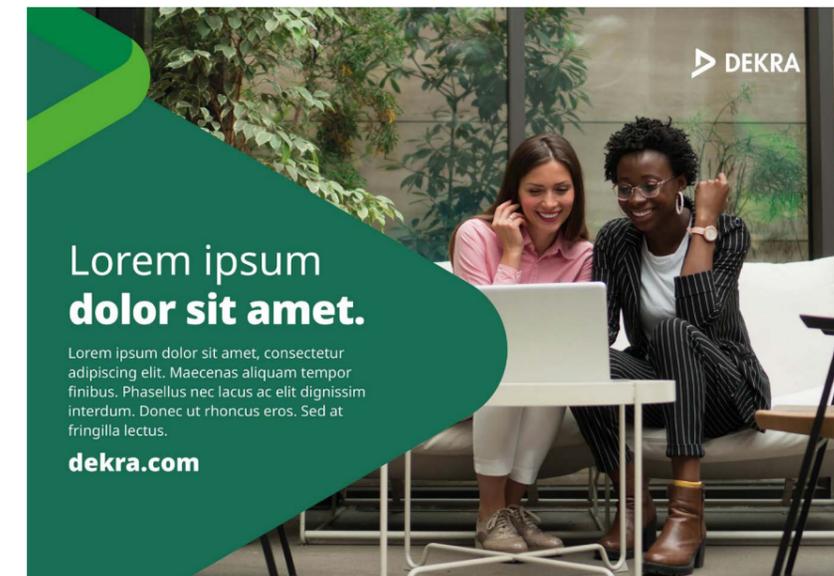
DATENFORMAT INDESIGN: 594 x 420 mm

SPALTEN: 6, Abstände von 12 mm

GRUNDLINIENRASTER: 20 pt

RANDABSTAND: oben 30 mm | unten 30 mm | links 30 mm | rechts 30 mm

PAPIERGRAMMATUR: 115 g/m²



City Light Poster

City Light Poster, die gedruckten und beleuchteten Plakate, kennen die meisten Betrachtenden vor allem von Bushaltestellen.



300 mm

FORMAT: 1185 x 1750 mm

SPALTEN: 6, Abstände von 25 mm

GRUNDLINIENRASTER: 40 pt

RANDABSTAND: oben 120 mm | unten 120 mm | links 120 mm | rechts 120 mm

PAPIER: City Back-lite-Folie zum hinterstrahlen mit Licht + Schutzlaminat matt, 135 g/m²



Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas aliquam tempus finibus. Phasellus nec lacus ac elit dignissim interdum. Donec ut rhoncus eros. Sed at fringilla lectus.

[dekra.com](#)

Namo ultricme tus lorem ipsum sit fringilla sit dictum.

[dekra.com/loremipsum](#)



Lorem ipsum dolor sit amet mauro, eauris solorest labor emp portoru.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas aliquam tempus finibus. Phasellus nec lacus ac elit dignissim interdum. Donec ut rhoncus eros. Sed at fringilla lectus. Lecaboratem volupid estrum nonsequam ipicaborae ni imolla et rent et ab ipsaniet illupienant qui ut que net prestias deriae la peratet harupit doluptas niae ra volupis sintia sequia pre quo blabo. Ut quodist is et voluptassi iniatu rerspienimi, volo vollant. Ent es ut modia nis dolo dolore sitio. Loriotorrocupiciaeprorerro blat vit et ut optatio.

[dekra.com/loremipsum-sitadorem](#)

6.2 Bildschirme

Vertikale Bildschirme

Vertikale Bildschirme werden vor allem an Bahnhöfen, in Einkaufszentren und Fußgängerzonen verwendet.



FORMAT: 9:16 - 1080 x 1920 px

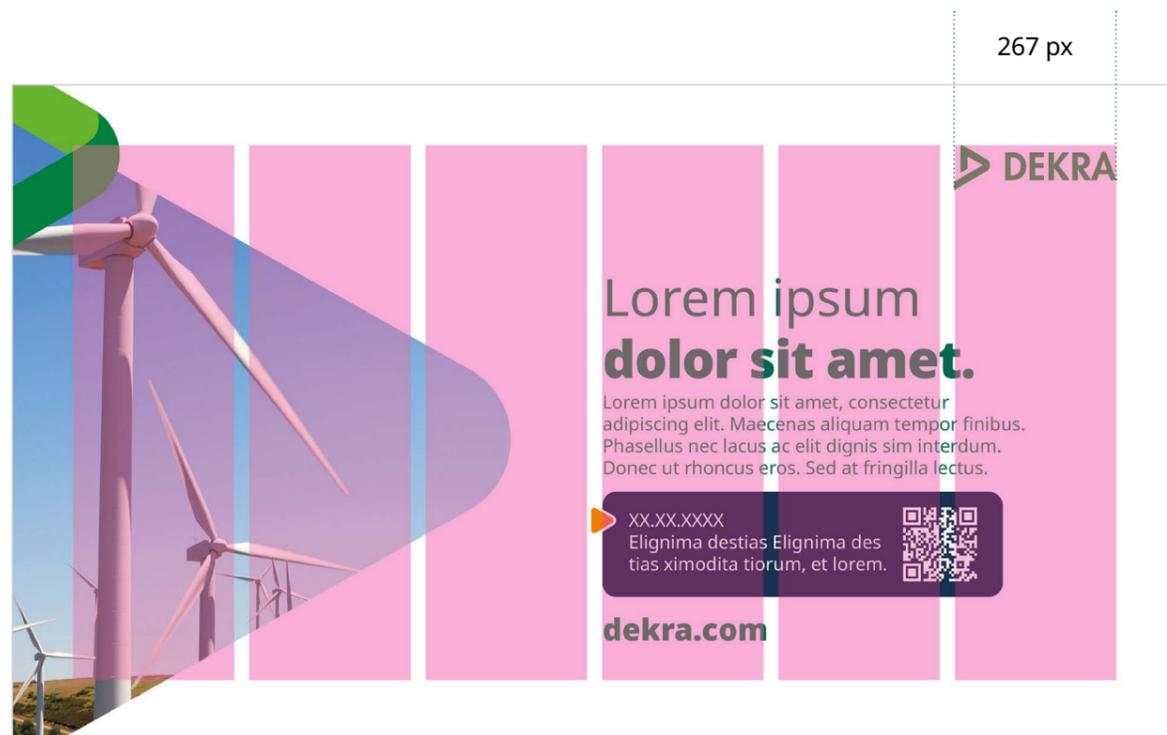
SPALTEN: 3, Abstände von 25 px

RANDABSTAND: oben 100 px | unten 100 px | links 100 px | rechts 100 px



Horizontale Bildschirme

Horizontale Bildschirme ziehen vor allem an Bahnhöfen Aufmerksamkeit auf sich.



FORMAT: 16:9 - 1920 x 1080 px

SPALTEN: 6, Abstände von 25 px

RANDABSTAND: oben 100 px | unten 100 px | links 100 px | rechts 100 px





Foto und Video

Kapitel 7 Inhalt

7 Foto und Video

7.1 Diversität	92
7.2 Bildsprache und Figuren	93
7.3 Bildrechte und Lizenzen	94
7.4 Verwendung von KI	95

7.1 Foto und Video

Um die Werte und Botschaften von DEKRA visuell hochwertig darzustellen und eine visuelle Einheitlichkeit über alle Kanäle und Medien hinweg zu gewährleisten, wurden Richtlinien definiert, die die richtige Bildsprache, den Einsatz von Gestaltungselementen und die korrekte Durchführung von

Videodrehs und Fotoshootings sicherstellen. Dadurch wird der Markenauftritt gestärkt und den Kundinnen und Kunden ermöglicht, sich mit DEKRA zu identifizieren und so eine starke Bindung zur Marke aufzubauen.

Hinweis: Die gesamten **Foto- und Videoguideline** finden Sie im **BMP**.

7.1 Diversität

In unserer Bildsprache ist uns eine diskriminierungsfreie, vielfältige und geschlechtergerechte Darstellung wichtig. Wir streben daher eine realitätsnahe Repräsentation verschiedener Herkunft,

Geschlechter und Altersgruppen an, um ein inklusives und authentisches Bild unserer Arbeitswelt zu vermitteln.



7.2 Bildsprache und Figuren



Dunkle Bilder

sollten nur verwendet werden, wenn es unbedingt erforderlich ist.



Komposition

Verwenden Sie einen interessanteren Bildaufbau, der Tiefe erzeugt und optisch ansprechend ist.

Inhalte

Zeigen Sie alltagsnahe Situationen, mit denen die Betrachter sich identifizieren können, und realistische Markeneinblicke.

Farbwelt

Nutzen Sie natürliches Licht, keine nachträglichen Filter und dunkle Aufnahmen nur, wenn es unbedingt notwendig ist.

Menschen und Motive

Menschen und das, was sie tun, stehen im Mittelpunkt unserer Bildwelt. Wichtig ist, dass die Bilder authentisch sind, Vielfalt zeigen und die gezeigten Situationen alltagsnah sind.

7.3 Bildrechte und Lizenzen

Generell gilt für die Erstellung und Verwendung von Bildern und Videomaterial die folgende Rechtslage:

Urheberrecht und Nutzungsrecht

Die meisten Bilder und Videos sind urheberrechtlich geschützt, deshalb werden in der Regel Lizenzen benötigt, die fest definierte Auflagen oder Einschränkungen bei der Nutzung mit sich bringen.

Einwilligung und Rechte Dritter

Für die Nutzung von Bildern und Videos ist die Einwilligung der abgebildeten Personen und die Klärung von Rechten Dritter erforderlich.

Unterschied zwischen Gegenstands- und Personenaufnahmen

Gegenstandsaufnahmen sind grundsätzlich zulässig, solange kein Hausrecht verletzt wird. Personenaufnahmen hingegen erfordern die Einwilligung der abgebildeten Personen.

Lizenzierung

Die Standard-Lizenz deckt viele allgemeine Nutzungen ab, aber bei größeren Auflagen, Merchandise, Verkaufsprodukten oder bestimmten digitalen Anwendungen ist oft eine erweiterte Lizenz erforderlich.

Stock-Material

DEKRA hat über das Global Procurement einen Konzernvertrag zum Erwerb von Bild- und Video-Lizenzen über Adobe Stock abgeschlossen. Die Vereinbarung ermöglicht zeitlich und weltweit unbegrenzte Nutzungsrechte, einschließlich der konzernweiten Nutzung und einer unbegrenzten Anzahl von Nutzern (inkl. Agenturen). Gleichzeitig werden doppelte Bildlizenzierungen vermieden. **Stock-Material sollte daher primär über den Anbieter Adobe Stock bezogen werden.**

Hinweis:

Ausführlichen Informationen zum Bildrecht sowie zu Datenbanken und deren Nutzung finden Sie in der verlinkten Foto- und Video-guideline im **BMP**.

Zugang zu Adobe Stock erhalten Sie über **folgenden Link:**
<https://dekra.service-now.com/myportal>

7.4 Verwendung von KI

Die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) nehmen in vielen Bereichen rasant zu. Allerdings sind die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Einsatz von KI in diesem Bereich bisher nicht abschließend definiert. Die EU hat im März 2024 das erste KI-Gesetz verabschiedet, das den Einsatz von

KI regeln soll und beispielsweise eine Kennzeichnungspflicht für KI-generierte Inhalte vorsieht. Um den Einsatz von KI-Technologie bei DEKRA rechtskonform und ethisch einwandfrei zu gestalten, entwickeln wir derzeit einen KI-Leitfaden.

Beispiel:



Dieses Bild wurde mit KI-Technologie erstellt und stellt keine realen Ereignisse oder Personen dar.



DEKRA e. V.

Handwerkstraße 15
70565 Stuttgart
Deutschland
corporate-design@dekra.com
dekra.com

Änderungen vorbehalten.
Markenführung - 07.2024