
AGT

DESIGN UND MARKENRICHTLINIEN



STIMME DER STUDIERENDEN IN KATHOLISCH-THEOLOGISCHEN STUDIENGÄNGEN



KONTAKT

E-Mail: vorstand@agtheol.de

Webseite: www.agtheol.de



EINFÜHRUNG

Die im Folgenden aufgeführten Richtlinien beschreiben die visuellen und schriftlichen Elemente, die die Corporate Identity der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende für die kommenden Jahre definiert und festlegt. Die Richtlinien beinhalten den Namen, das Logo und weitere Elemente wie das zukünftige Farbprisma, Grafiken und Typografien.

Damit sich die Corporate Identity, das einheitliche Image und die damit verbundene Botschaft der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende so schnell wie möglich in den Köpfen der Adressaten festsetzt, ist es enorm wichtig, dass

die Richtlinien immer eingehalten werden.

Die Richtlinien legen das Design der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende fest. Sie setzen den Maßstab für Qualität, Konsistenz und Stil aller zukünftigen visuellen und schriftlichen Produkte.

Die Marke Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende, einschließlich neuem Logo, Namen, Farben und allen weiteren identifizierenden Elementen sind ein wertvolles Gut, das es sorg- und achtsam zu pflegen gilt. Dafür ist jeder, der im Umfeld der Arbeitsgemeinschaft arbeitet, verantwortlich.

ÜBERSICHT

KAPITEL 1 | LOGO / WORTMARKE / SIGNATUR
KAPITEL 2 | TYPOGRAFIE
KAPITEL 3 | TYPOGRAFIE UND TEXT-HIERARCHIE
KAPITEL 4 | FARBSYSTEM
KAPITEL 5 | BRIEFPAPIER
KAPITEL 6 | SOCIAL MEDIA

01

LOGO / WORTMARKE / SIGNATUR

Die im Folgenden aufgeführten Richtlinien beschreiben die visuellen und schriftlichen Elemente, die die Corporate Identity der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende für die kommenden Jahre definiert und festlegt. Die Richtlinien beinhalten den Namen, das Logo und weitere Elemente wie das zukünftige Farbprisma, Grafiken und Typografien.

Damit sich die Corporate Identity, das einheitliche Image und die damit verbundene Botschaft der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende so schnell wie möglich in den Köpfen der Adressaten festsetzt, ist es enorm wichtig, dass die

Richtlinien immer eingehalten werden.

Die Richtlinien legen das Design der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende fest. Sie setzen den Maßstab für Qualität, Konsistenz und Stil aller zukünftigen visuellen und schriftlichen Produkte.

Die Marke Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende, einschließlich neuem Logo, Namen, Farben und allen weiteren identifizierenden Elementen sind ein wertvolles Gut, das es sorg- und achtsam zu pflegen gilt. Dafür ist jeder, der im Umfeld der Arbeitsgemeinschaft arbeitet, verantwortlich.

DAS LOGO UND SEINE ZUSAMMENSETZUNG

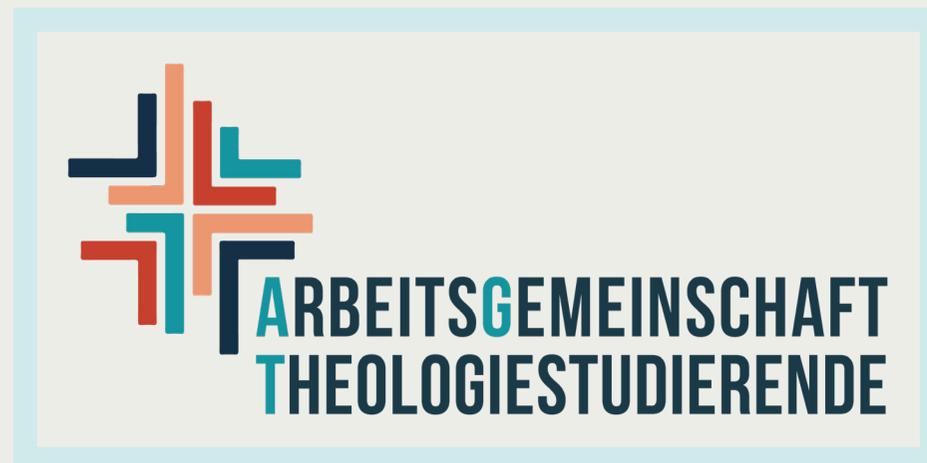
Das Logo der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende besteht aus mehreren Elementen. Das Gesamtlogo trägt alle Elemente in sich (1). Das Kreuz und die Wortmarke.

Das Logo besteht aus zwei einfachen Teilen. Einer Abstrakten Darstellung eines Kreuzes (2) und dem Namen der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende (3). Das Kreuz ist in vier Farbtönen gehalten, der Name in klar lesbarem Dunkelblau. Die Abkürzung AGT tritt dabei klar hervor.

Die Wortmarke besteht aus dem Namen Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende. Dieser ist in der gleichen Farbe wie vier Elemente in der Bildmarke. Dadurch steht der Name der Arbeitsgemeinschaft in einer klaren Beziehung zum Kreuz. Die Buchstaben AGT sind dabei zur Verdeutlichung der Abkürzung hervorgehoben.

Achtung:

Die Verwendung von stilisierten, animierten, handgezeichneten oder anderen Versionen eines inoffiziellen Logos ist nicht gestattet. Es darf nicht eingefärbt, gekippt, verzerrt oder anderweitig verändert werden. Dies untergräbt das Logosystem und die Markenkonsistenz.



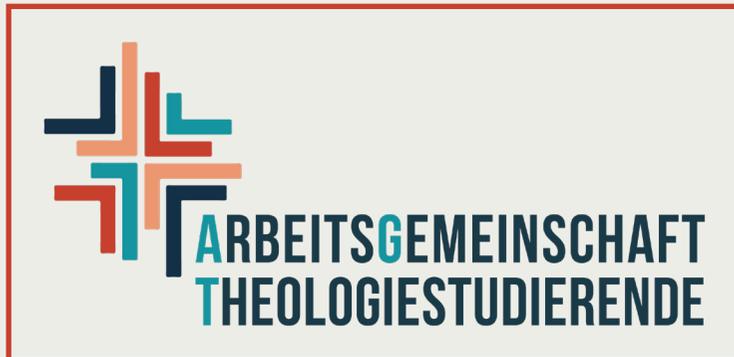
LOGO / SIGNATUR SCHUTZRÄUME

Es ist wichtig, die Markenzeichen der AGT von anderen grafischen Elementen fernzuhalten. Um dies zu regeln, wurde eine Ausschlusszone um das Logo und seine Einzelemente eingerichtet. Diese Ausschlusszone gibt an, wo jedes andere

grafische Element oder jede andere Nachricht in Bezug auf das Logo und seine Einzelemente am nächsten positioniert werden kann. Sie haben eine feste Beziehung, die in keiner Weise verändert werden darf.

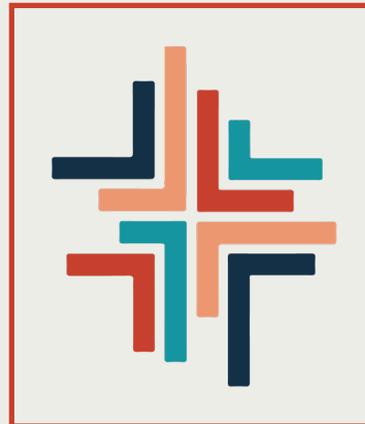
FREIRAUM

Gesamtlogo



FREIRAUM

Bildmarke



FREIRAUM

Wortmarke



LOGO GRÖSSEN

MINIMALE LOGO GRÖSSE

Gesamtlogo
Minimale Größe 50 mm

75 mm



50 mm



Bildmarke
Minimale Größe 12 mm

25 mm



12 mm



Wortmarke
Minimale Größe 40 mm

55 mm

**ARBEITSGEMEINSCHAFT
THEOLOGIESTUDIERENDE**

40 mm

**ARBEITSGEMEINSCHAFT
THEOLOGIESTUDIERENDE**

02

TYPOGRAFIE

Mit der Typografie setzen wir ein weiteres Zeichen der Wiedererkennung. Die hier festgesetzten Schriften bestimmen in Zukunft alle schriftlichen Produkte der Marke Arbeitsge-

meinschaft Theologiestudierende. Sowohl im Print- als auch im Online-Bereich. Die Typografie setzt ein unbewusstes Wiedererkennungsmerkmal.

LOGO-SCHRIFTART

BEBAS NEUE

Bebas Neue hat sich im Laufe der letzten 10 Jahre zu einem der beliebtesten Free Fonts entwickelt. Die Schrift wurde weltweit über 50 Mio. Mal heruntergeladen. Auf der Entwickler-Seite selbst wird die Schriftart als „Helvetica der Free Fonts“ bezeichnet. Das verdeutlicht, wie populär die Bebas Neue mittlerweile geworden ist.

Die Bebas Neue ist eine kostenlose Schrift. Sie darf für kommerzielle Zwecke verwendet werden. Verfügbar ist die Schrift in den Schnitten „Thin“, „Light“, „Book“, „Regular“ und „Bold“. Sie eignet sich unter anderem für Headlines, Überschriften, Verpackungen etc. und wurde ursprünglich von Ryoichi Tsunekawa gestaltet.

FINAL LINEUP

ERNST GRUKHEIN

ARON NIMZOASH

STANDART-SCHRIFTART

LATO

Lato ist eine serifenlose Schriftart, inspiriert vom polnischen Wort für „Sommer“. Sie vereint moderne und klassische Elemente und wird als Standard im Corporate Design verwendet. Ihre klaren Linien und ausgewogenen Proportionen machen sie ideal für verschiedene Anwendungen, von Druckmaterialien bis zu digitalen Designs. Mit einer breiten Palette an Schnitten und Stilen bietet

Lato Flexibilität für unterschiedliche Gestaltungsanforderungen. Dank ihrer klaren Lesbarkeit und professionellen Erscheinung eignet sich Lato perfekt für Unternehmenskommunikationen, Webdesigns und mehr. Ihre Vielseitigkeit und Ästhetik machen sie zu einer beliebten Wahl für Designer weltweit.



03

TYPOGRAFIE UND TEXT-HIERARCHIE

Die hier festgesetzte typografische Text-Hierarchie bestimmt, wie Texte und Inhalte bei der Arbeitsgemeinschaft in Zukunft visuell aufgebaut sind, wie Inhalte gestaltet und im Gesamtentwurf dadurch hervorgehoben werden. Die typografische Hierarchie schafft Kontrast zwi-

schen Elementen. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Sie ein Gefühl für Hierarchie schaffen können. Hier sind einige der gängigsten Techniken für die Arbeitsgemeinschaft aufgezeigt (Überschriften, Zwischenüberschriften, Untertitel, Schlagzeilen, Textbausteine, etc.).

TEXT-LAYOUT- BAUSTEINE

Untertitel
(Bsp: Bild-
untertitel)

Arbeitsgemeinschaft
Lato - Regular
6pt-Schriftgröße

Text

Arbeitsgemeinschaft
Lato - Regular
10pt-Schriftgröße

Zwischen-
überschrift

ARBEITSGEMEINSCHAFT
Lato - Regular - Großbuchstaben
12pt-Schriftgröße

ÜBERSCHRIFTEN

Unter-
überschrift

ARBEITSGEMEINSCHAFT
Bebas Neue - Bold - Großbuchstaben
24pt-Schriftgröße

Überschrift
und Titel

ARBEITSGEMEINSCHAFT
Bebas Neue - Bold - Großbuchstaben
46pt-Schriftgröße

Schlagzeile

ARBEITSGEMEINSCHAFT
Bebas Neue - Bold - Großbuchstaben
64pt-Schriftgröße

04

FARBSYSTEM

Die Farben spielen innerhalb der Corporate Identity der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende eine wichtige Rolle. Sie sind bewusst ausgewählt und sind zentral in der Darstellung nach außen. Die folgenden Farben sind Empfehlung und Vorgabe für verschiedene Medien. Es wurde eine Palette von Primärfarben entwickelt, die das Lebensgefühl, die Botschaft der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende

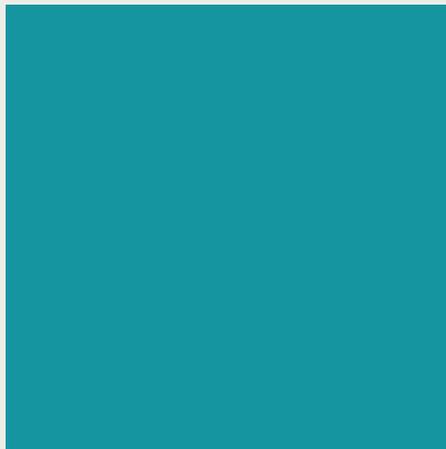
wiedergeben. Die konsequente Nutzung dieser Farben trägt zum zusammenhängenden und harmonischen Erscheinungsbild der Markenidentität in allen relevanten Medien bei. Bitte fragen Sie Ihren Designer oder Drucker, wenn Sie die Unternehmensfarben verwenden, so dass sichergestellt ist, dass die Farben immer konsistent sind.

PRIMÄRFARBE

AGT-TÜRKIS

Türkis wird oft mit Urlaub assoziiert. Eine Zeit höchster Entspannung, in der wir vor der Last des Alltags einmal fliehen und abschalten können. Die Farbe Türkis ist eine Übergangsfarbe von Blau zu Grün und wird oft auch als Cyan, Aquamarin oder

Blaugrün bezeichnet. Nachdem die Farbe Türkis eine Mischfarbe ist, vereint sie in sich auch alle positiven Eigenschaften der beiden Grundfarben Blau und Grün.



PRIMÄRFARBE AGT-TÜRKIS

FARBCODES

RGB : 21 149 159
CMYK : 80 12 27 6
Hex : #15959F

SEKUNDÄRFARBE

DUNKELBLAU

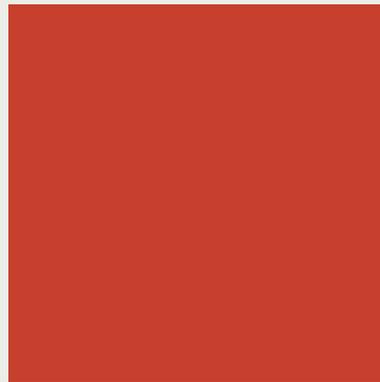


SEKUNDÄRFARBE
DUNKELBLAU

FARBCODES

RGB : 26 10
CMYK : 89 45 37 45
Hex : #133046

ROT

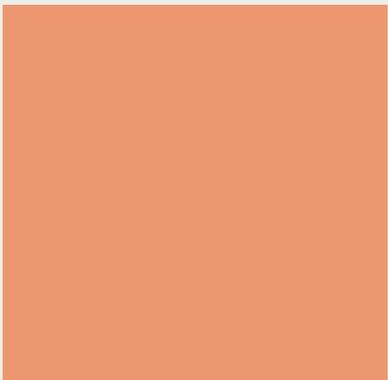


SEKUNDÄRFARBE
ROT

FARBCODES

RGB : 199 64 45
CMYK : 4 85 90 45
Hex : #C7402D

ORANGE

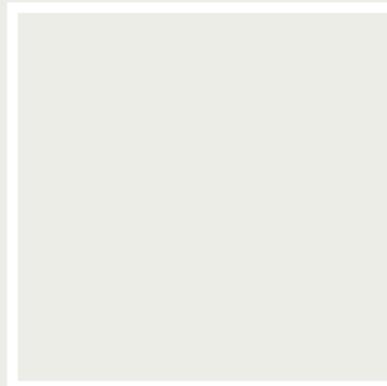


SEKUNDÄRFARBE
ORANGE

FARBCODES

RGB : 226 151 112
CMYK : 2 45 54 0
Hex : #EC9770

GRAU



SEKUNDÄRFARBE
GRAU

FARBCODES

RGB : 237 237 232
CMYK : 5 4 5 0
Hex : #EDED8

05

BRIEFPAPIER

Das Briefpapier gehört nach wie vor zu den wichtigsten Kommunikationsmitteln. Umso wichtiger ist es, dass jede Anwendung die Corporate Identity der AGT konsistent widerspiegelt. Das gilt auch für den digitalen Schriftverkehr. Es gibt daher nur ein zugelassenes

Designformat für alle Schreibwaren. Das gilt für alle Bereiche bzw. Ausschüsse und Arbeitskreise der AGT.

Die folgenden Seiten zeigen das künftige Layout für Standard-Geschäftsdrucksachen. Es enthält Spezifikationen für Typografie und Farbe



Stimme der Studierenden in katholisch-theologischen Studiengängen

**ARBEITSGEMEINSCHAFT
THEOLOGIESTUDIERENDE**

Noah Walczuch
Bundesvorstandsmitglied
+49 1575 7234375
noah.walczuch@gmail.com

Regensburg, 25.02.2024

Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende -
Hohheizenstraße 15 - 99084 Erfurt

An alle anerkannten Organisationen
der **Studierendenvertretungen**
von **katholisch-theologischen**
Studiengängen in Deutschland

IHR SEID GEFRAGT – TAKEOVER IM SOMMERSEMESTER 2024

Liebe Fachschaftlerinnen und Fachschaftler,

bevor sich das Semester dem Ende zuneigt, möchten wir vom AGT-Öffentlichkeitsausschuss euch zu einem spannenden Projekt für das kommende Sommersemester 2024 einladen: ein bundesweiter Takeover auf unserem Instagram-Account.

Jeden Freitag sollen unsere Zugangsdaten an eine andere Fachschaft weitergeben werden, die über die Story-Funktion Einblicke in das Fachschafts- und Uni-Leben vor Ort gibt. Ihr bekommt also nicht nur die Möglichkeit, für eure Uni und eure Fachschaft zu werben, sondern könnt auch den gegenseitigen Austausch untereinander stärken, euch von Ideen und Projekten gegenseitig inspirieren lassen sowie eurem Fachschafts-Account ein deutschlandweites Netzwerk aufbauen.

Innerhalb des Tages, an dem euch der Account frei zur Verfügung steht, könnt ihr zum Beispiel nach einer kurzen Vorstellung von euch euren Fachschaftsraum zeigen, typische Aktionen vorstellen, Bibliothek und Mensa zeigen, euren Geheimspot präsentieren, Zahlen/Daten/Fakten nennen, Dozierende ansprechen (z.B. Wie nehmen Sie die Fachschaft wahr? Warum würden Sie hier studieren?), die Abonnentinnen und Abonnenten durch Fragen und Quizzes einbinden oder die Besonderheiten eures Standorts/der Uni hervorheben.

Neugierig geworden? Dann schaut doch einfach bei einer unserer beiden Infoveranstaltungen am 5. März um 19 Uhr oder am 16. April um 19 Uhr für eine halbe Stunde vorbei, erfahrt weitere Informationen und lasst euch von einem ersten Beispiel-Takeover inspirieren: **Zoom-Meeting-ID: 398 922 6693**

Wir wünschen euch ein schönes Semesterende und freuen uns auf viele coole Einblicke in euer Uni-Leben!

Für den Öffentlichkeitsausschuss

Euer Noah

Seite 1

Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende
Hohheizenstraße 15 - 99084 Erfurt
vorstand@agttheol.de | www.agttheol.de

Bankverbindung
Sparkasse Köln Bonn
Forum Hochschule und Kirche e.V.
IBAN: DE44 2509 0198 0030003 90 (AGT)

BRIEFKOPF

Der Briefkopf besteht aus mehreren Elementen, die das Markenbild und die Vielfalt der AGT ausmachen. Neben den klaren CIELElementen stehen die individuellen Elemente für die Person und die Institution.

Der Briefkopf muss in Zukunft für alle offiziellen Schreiben, die im Namen der Arbeitsgemeinschaft Theologiestudierende geschrieben werden, verwendet werden.

06

SOCIAL MEDIA

Neben der Webseite der AGT gehört der Social Media Auftritt bei Instagram und Facebook zu den wichtigsten Plattformen öffentlicher Wahr-

nehmung. Im folgenden werden Vorlagen für Quadratische Posts aufgezeigt, die als Inspiration dienen können.

VORLAGEN

QUADRATISCHER INSTA-POST



ANSPRECHPARTNER STYLE-GUIDE

Noah Walczuch
Mitglied des Bundesvorstands

KONTAKT

Mobil: +49 1575 7234375
E-Mail: noah.walczuch@icloud.com



KONTAKT

E-Mail: vorstand@agtheol.de

Webseite: www.agtheol.de
