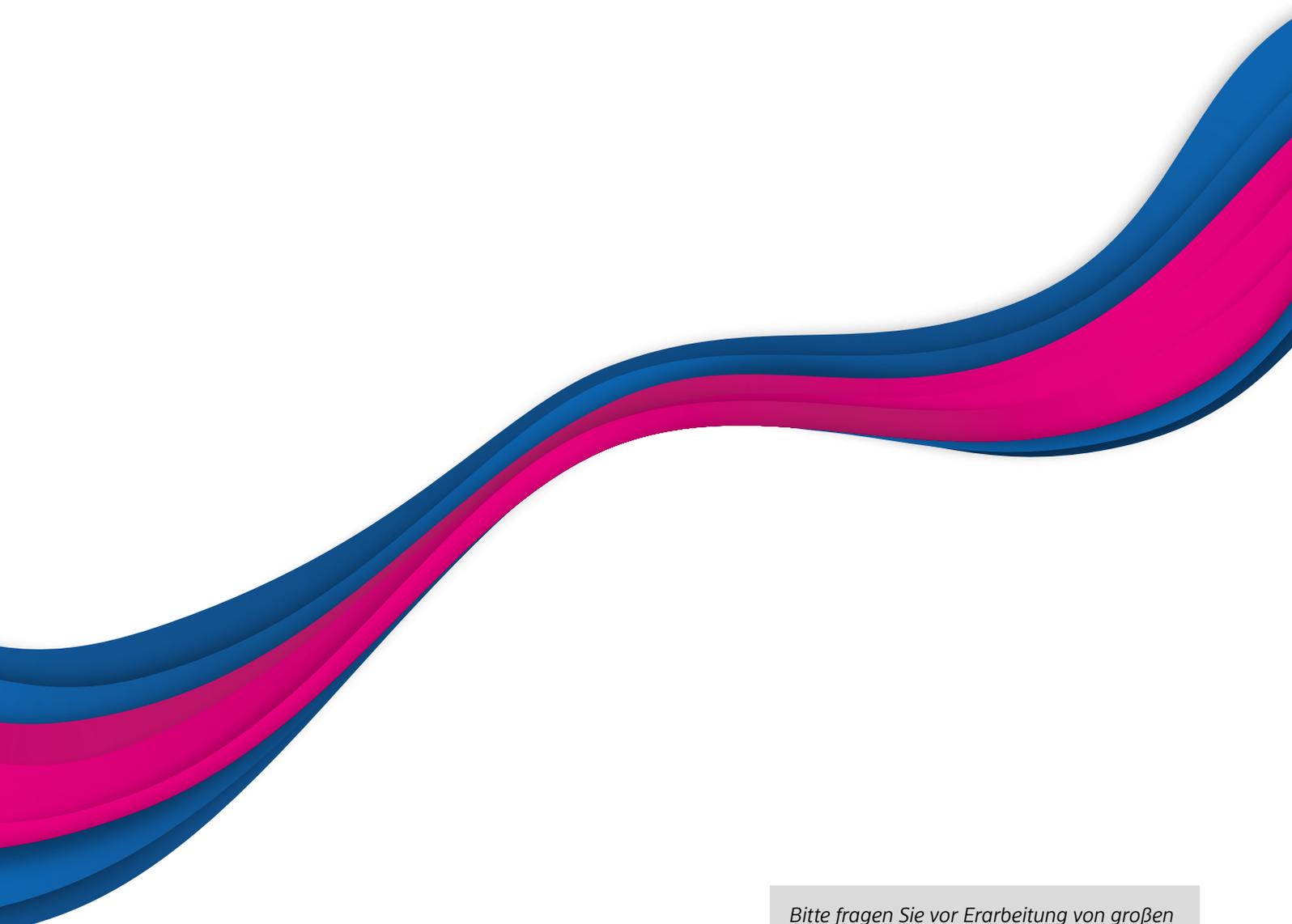




RadKULTUR Baden-Württemberg

Corporate Design Manual

Stand März 2022



Bitte fragen Sie vor Erarbeitung von großen und langfristigen Einsätzen immer den aktuellsten Stand des Manuals bei Ihrem Auftraggeber an.

Inhalt

1. Logo

1.1 Logoaufbau	3
1.2 LogoverSIONen der Initiative RadKULTUR	4
1.3 Untermarken	5
1.4 Logo – Button	7
1.5 Logo – Button mit Flow	13
1.6 Logo – Reinform	17

2. Farben

2.1 Primär- und Sekundärfarben	21
2.2 Farbabstufungen	22
2.3 Verläufe	23

3. Typografie

3.1 Schriften	24
3.2 Typografie – Hierarchisierung	26
3.3 Typografie – Anwendung im Layout	27
3.4 Störer und Infokästen	31
3.5 Headlinemechanik – Schreibweisen	32
3.6 Balkenelemente	33
3.7 Alternativschriften	37
3.8 Systemübergreifende Schrift	38

4. Gestaltungselemente

4.1 Der Flow	39
4.2 Die Icons	43
4.3 Das Laufrad	45
4.4 Karten	47

5. RadKULTUR-Module

5.1 Die Module	49
----------------	----

6. Bilder

6.1 Bildkonzept	51
6.2 Übersicht Bildwelt	52
6.3 Bildquellen	57
6.4 Bildeinsatz	58
7.1 Web-Auftritt	61
7.2 Social Media	64

8. Nebenmarken

8.1 Einführung	65
8.2 Landesweit	66
8.3 Lokale / sonstige Marken	68

9. Anwendungsbeispiele

9.1 Printmaterialien	69
9.2 Werbemittel	71
9.3 Sonstige	72
9.4 Online	73

1. Logo

1.1 Logoaufbau

Logo

Das Fahrrad in den beiden Kreisen, der Schriftzug und die Löwin sind die zentralen Bestandteile des Logos der „RadKULTUR Baden-Württemberg“.

Das stilisierte Fahrrad

Das schlicht anmutende Fahrrad-symbol – angelehnt an das „Drais’sche Laufrad“ – stellt das zentrale Thema, worum es bei der RadKULTUR geht, dar. Durch Form- und Farbgebung in einen modernen Kontext gestellt, kann es in verschiedenen Abwandlungen verwendet werden.

Die Kreise

Um das Fahrrad kommen zwei ineinanderlaufende Kreise hinzu. Diese symbolisieren Bewegung und die Dynamik des Radfahrens. Sie greifen die Farben des Fahrrads auf.



Die Löwin

Die Löwin verkörpert das Versprechen zur Verbundenheit und den Bezug zu den Werten des Landes Baden-Württemberg sowie das Land Baden-Württemberg als Absender der RadKULTUR.

Die Schrift

Die Schrift „bwegt Display“ ist die einheitliche Schrift aller Mobilitätsmarken des Verkehrsministeriums Baden-Württemberg.

Die Transparenz

Das Logo ist mit einer transparenten Fläche hinterlegt. Diese trägt dazu bei, dass das Logo auch auf farbigen Flächen oder Bildern platziert werden kann. Auf weißen Hintergründen ist sie nicht erkennbar.

1.2 Logoverversionen der Initiative RadKULTUR

Die auf dieser Seite aufgeführten Logos kommen nur bei Produkten der Kommunikationskampagne „Initiative RadKULTUR“ zum Einsatz.

Das Logo der Initiative RadKULTUR steht in folgenden Versionen zur Verfügung.



Button

In erster Linie wird immer das Logo inklusive der Kreise (Button) verwendet.



Button mit Flow

Der Button kann auch in Kombination mit dem Gestaltungselement Flow eingesetzt werden.

Die Kombination Button mit Flow ist **ausschließlich der Initiative RadKULTUR vorbehalten** und wird nicht für andere Untermarken der RadKULTUR verwendet.



Reinform

Die Reinform kommt zum Einsatz, wenn es aus Platzgründen oder Gründen der Lesbarkeit nicht möglich oder nicht sinnvoll ist, das Button-Logo zu verwenden.

Außerdem wird die Reinform eingesetzt, wenn die RadKULTUR nicht Hauptabsender ist oder mit anderen Partnern in einer Logoleiste auftritt.

1.3 Untermarken

Für zentrale Projekte und Maßnahmen des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg kommen im Radverkehr weitere Marken zum Einsatz.

In diese Kategorie fallen z. B. Aktivitäten/Maßnahmen wie das RadNETZ oder die RadSCHNELLWEGE.



Das Logo RadSTRATEGIE kommt bei allen kommunikativen Mitteln, Maßnahmen oder Aktionen des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg rund um das Thema Radverkehr zum Einsatz, die keiner der anderen Untermarken zuzuordnen sind.



1.3 Untermarken – Reinformen

Zu jeder Untermarke existiert neben dem Logo in Button-Form ebenfalls eine Reinform. Diese werden wie die Reinform der Initiative RadKULTUR verwendet (siehe Kapitel 1.6 Reinform).



1.4 Logo – Button Der Schutzraum

Um die Sichtbarkeit des Logos zu gewährleisten, benötigt es einen Mindestabstand zu weiteren Elementen wie beispielsweise Grafik oder Text. Dieser ergibt sich aus der Breite des Buttons.

Der Schutzraum beträgt zu allen Seiten $1/4$ der Buttonbreite.

Für die Untermarken gilt dieselbe Abstandsregelung.



Button – Die Logogrößen

Logo ohne Schutzraum



Logo mit Schutzraum



Logogröße minimal

60 %

Format DIN A6

Logo in 60 %

Format DIN lang

Logo in 60 %

Format DIN A5

Logo in 60 %

Format DIN A4

Logo in 90 %

Format DIN A3

Logo in 120 %

Format DIN A2

Logo in 170 %

Format DIN A1

Logo in 240 %

Format DIN A0

Logo in 340 %

Bei Formaten größer als A0, wie zum Beispiel Banner etc., ist das Logo auf eine gut sichtbare Größe anzupassen.

Button – Die Platzierung auf Medien

Der Button sitzt (unter Berücksichtigung des Schutzraumes und den Logo-
größen - zu finden auf den beiden vorherigen Seiten) immer in der rechten
oberen Ecke des Layouts.



Button – Die Anwendung

Regelwerk für Produkte der Initiative RadKULTUR und für alle Untermarken.



Standard-Anwendung
auf weißem Hintergrund



Standard-Anwendung (positiv)
auf einem Bild

Steht der Button nicht auf weißem Hintergrund, ist die transparente Fläche hinter dem Logo sichtbar, um es stärker von farbigen oder bewegten Hintergründen abzuheben.

Anwendungsfall in der Initiative:

Immer dann, wenn der Flow bereits in anderer Form auf dieser Seite / dem Sichtbereich / dem Medium auftaucht (vgl. Anwendungsbeispiele), wird der Button ohne Flow eingesetzt.

Das Logo steht für alle Anwendungsmöglichkeiten für Print und Online in den gängigen Dateiformaten und Farbsystemen zur Verfügung.



Standard-Anwendung
positiv



Standard-Anwendung
negativ

Achtung: Die Farben des Logos müssen auf der Hintergrundfarbe deutlich sichtbar sein, ansonsten wird auf die SW-Anwendung zurückgegriffen.



SW-Anwendung
positiv



SW-Anwendung
negativ

Button – Negativbeispiele

Das Logo darf unter keinen Umständen von der angeführten Gestaltung abweichen. Es ist darauf zu achten, dass das Logo vollständig und unverfälscht abgebildet wird. Dies gilt im weiteren Verlauf auch für die Logo-Variante Button mit Flow.

Unzulässig sind:



quetschen



Einfärben von Elementen



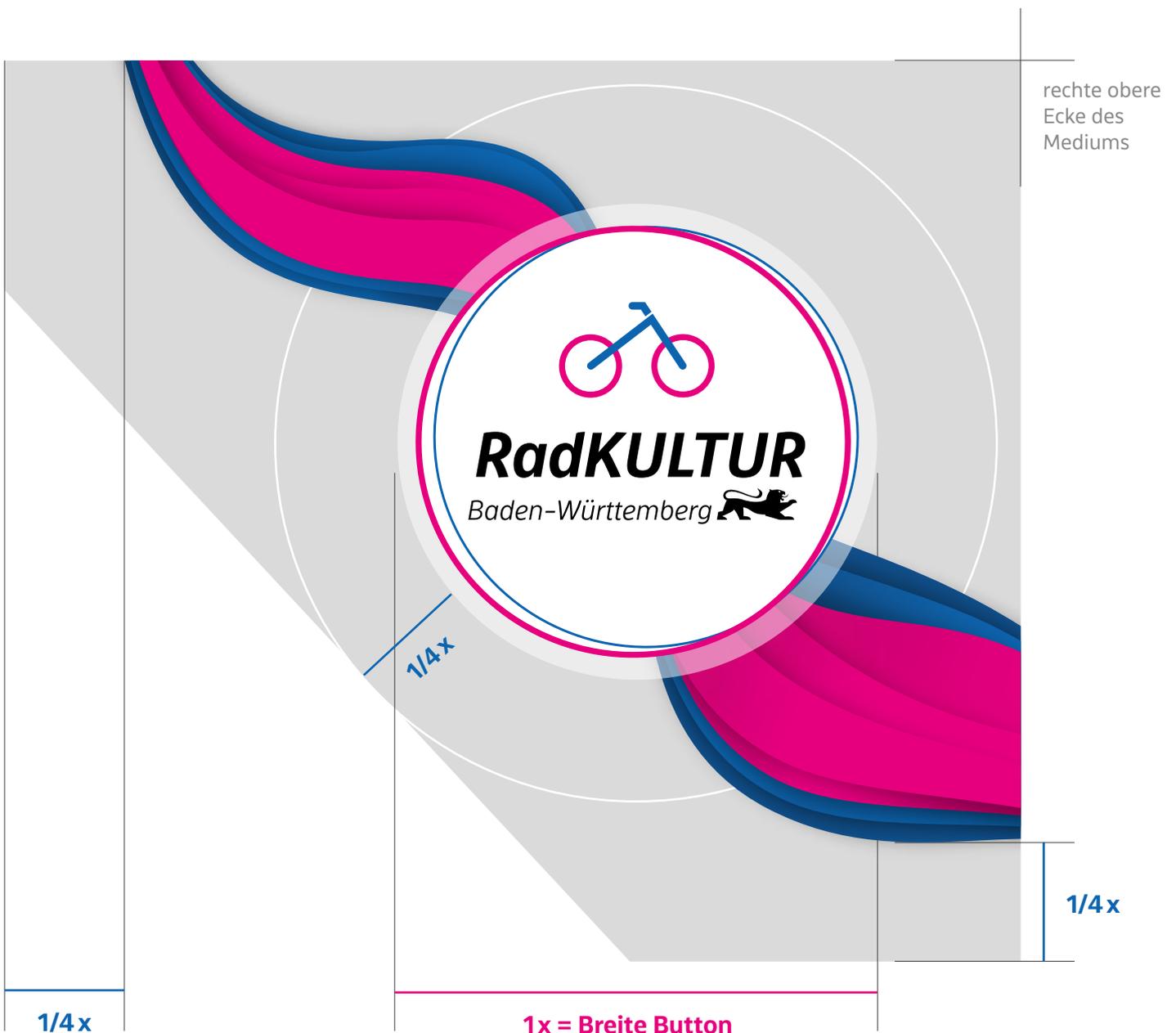
jegliche Art der Einfärbung der Logo-Elemente



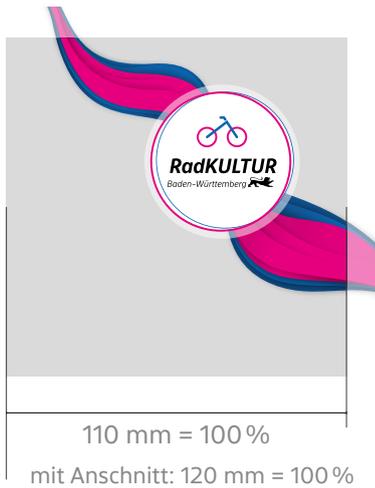
Vergrößern, Verkleinern oder Drehen von Elementen

1.5 Logo – Button mit Flow Der Schutzraum

Die einzuhaltende Freifläche des Buttons mit Flow ergibt sich aus dem kreisförmigen Schutzraum des Buttons plus einer Freifläche um den Flow. Diese errechnet sich ebenfalls aus $1/4$ der Button-Breite und ist aus der Darstellung unten ersichtlich.



Button mit Flow – Die Logogrößen



Logogröße minimal

60 %

Format DIN A6

Logo in 60 %

Format DIN lang

Logo in 60 %

Format DIN A5

Logo in 60 %

Format DIN A4

Logo in 90 %

Format DIN A3

Logo in 120 %

Format DIN A2

Logo in 170 %

Format DIN A1

Logo in 240 %

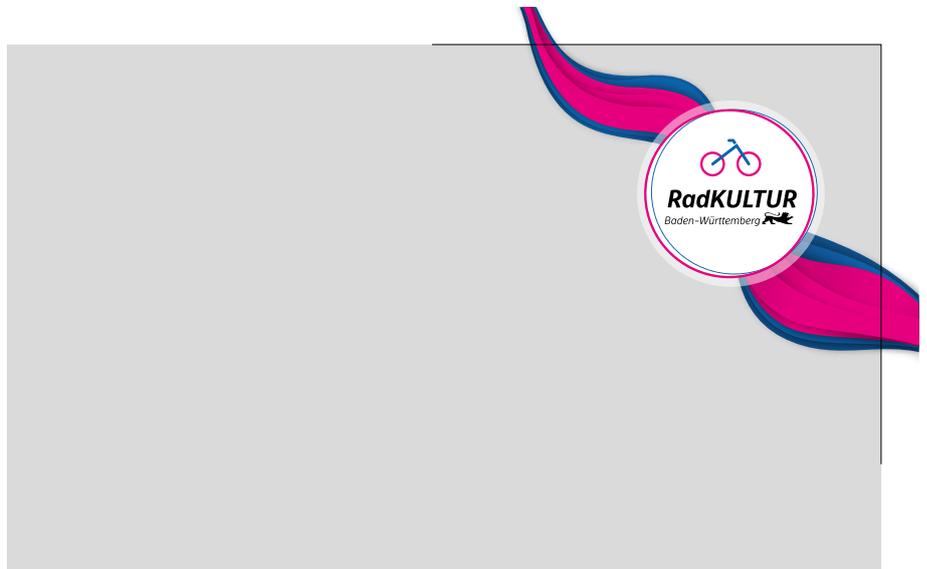
Format DIN A0

Logo in 340 %

Bei Formaten größer als A0, wie zum Beispiel Banner etc., ist das Logo auf eine gut sichtbare Größe anzupassen.

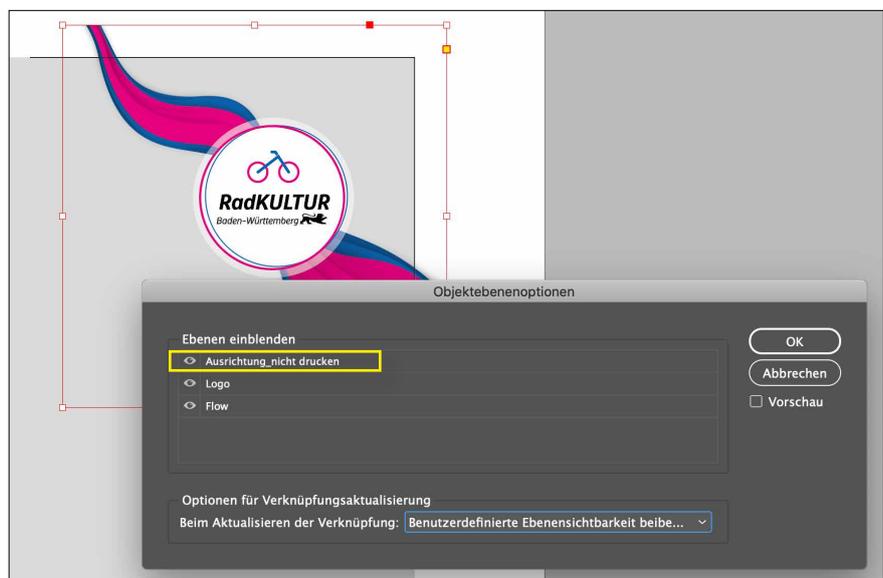
Button mit Flow – Die Platzierung auf Medien

Auf allen Medien, die nicht gedruckt werden, wird das **Logo mit Flow** entsprechend der Abstandsvorgaben in der oberen rechten Ecke platziert. Auf Printmedien kommt das entsprechende **Logo mit Anschnitt** zur Anwendung. Zur exakten Platzierung kann in der Datei eine Hilfslinie eingeblendet werden, die nach Ausrichtung der Logo-Datei wieder ausgeblendet werden sollte (Vorgehen siehe Beschreibung unten).



Vorgehensweise zur Ausrichtung der Datei „Logo mit Flow CMYK mit Anschnitt“ in InDesign:

- Logo in InDesign importieren
- Größe auf das Layout anpassen (siehe 1.8 Größen)
- Objekt muss angewählt sein
- Menü - Objekt - „**Objektebenenoptionen**“ auswählen (auch zu finden über den Rechtsklick auf die platzierte Logo-Datei)
- die Ebene „**Ausrichtung_nicht drucken**“ einblenden
- Logo anhand der Markierung in der rechten oberen Ecke platzieren
- nach der Positionierung die Ebene mit der Hilfsmarkierung über denselben Weg **wieder ausblenden**



Button mit Flow – Die Anwendung



Standard-Anwendung mit Flow
auf weißem Hintergrund



Standard-Anwendung mit Flow
auf einem Bild

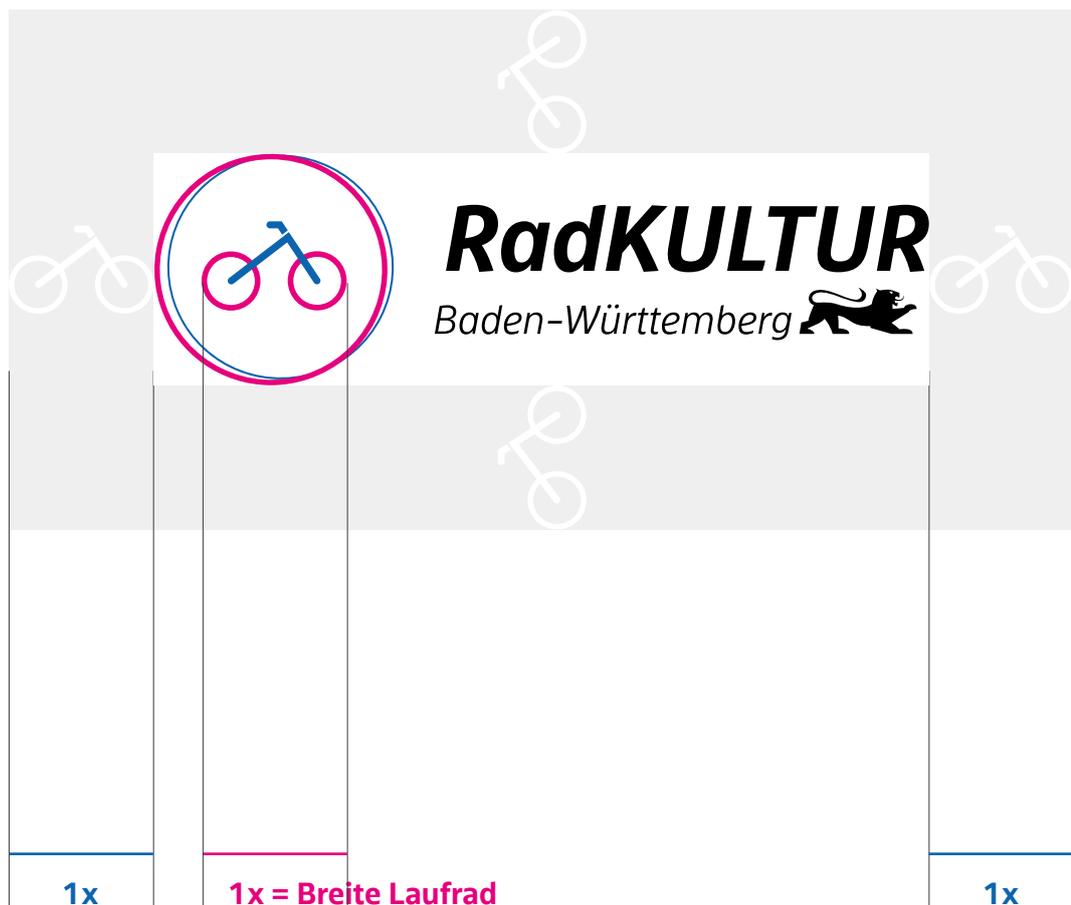
Anwendungsfall in der Initiative:

Immer dann, wenn der Flow auf dieser Seite / dem Sichtbereich / dem Medium nicht in anderer Form auftaucht (vgl. Anwendungsbeispiele)

1.6 Logo – Reinform Der Schutzraum

Um die Sichtbarkeit des Logos zu gewährleisten, benötigt es einen Mindestabstand zu weiteren Elementen wie beispielsweise Rändern, Grafik oder Text. Dieser Abstand ergibt sich aus der Breite des im Logo enthaltenen Laufrades.

Der Schutzraum beträgt zu allen Seiten eine Breite des Laufrades.



Reinform – Die Logogrößen

Logo ohne Schutzraum



Logo mit Schutzraum



Logogröße minimal

40 %

Format DIN A6

Logo in 50 %

Format DIN lang

Logo in 50 %

Format DIN A5

Logo in 50 %

Format DIN A4

Logo in 60 %

Format DIN A3

Logo in 90 %

Format DIN A2

Logo in 110 %

Bei Formaten größer als A2, wie zum Beispiel Banner etc., ist das Logo auf eine gut sichtbare Größe anzupassen.

Reinform – Die Anwendung

Die Reinform steht für alle Anwendungsmöglichkeiten für Print und Online in den gängigen Dateiformaten und Farbsystemen zur Verfügung.



Standard-Anwendung
positiv



Standard-Anwendung
negativ

Achtung: Die Farben des Logos müssen auf der Hintergrundfarbe deutlich sichtbar sein, ansonsten wird auf die SW-Anwendung zurückgegriffen.



SW-Anwendung
positiv



SW-Anwendung
negativ

Reinform – Negativbeispiele

Das Logo darf unter keinen Umständen von der angeführten Gestaltung abweichen. Es ist darauf zu achten, dass das Logo vollständig und unverfälscht abgebildet wird. Auch das Laufrad in den Kreisen darf nicht getrennt von der Schrift verwendet werden.

Unzulässig sind:



quetschen



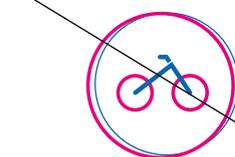
Einfärben von Elementen



jegliche Art der Einfärbung der Logo-Elemente



Vergrößern, Verkleinern oder Drehen von Elementen



Elemente herauslösen / einzeln setzen



2. Farben

2.1 Primär- und Sekundärfarben

Die Farben stammen aus den offiziellen Gestaltungsrichtlinien des Landes und verweisen somit auf den Absender der RadKULTUR – das Land Baden-Württemberg.

Primärfarben

Magenta und Blau sind die Primärfarben der RadKULTUR. Schwarz wird als Schriftfarbe verwendet.



Weiß
C0 M0 Y0 K0
R100 G100 B100



Schwarz
C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
Pantone Black C
Hex 000000



Magenta
C0 M100 Y0 K0
R230 G0 B125
Pantone Magenta C
Magenta
Hex E6007D



Blau
C90 M57 Y0 K0
R10 G101 B175
Pantone 660 C
Hex 0a64ae

Sekundärfarben

Ergänzend kommen die Sekundärfarben Tiefblau, ein Violett und ein Hellgrau hinzu. Diese Farben kommen bei komplexeren Darstellungen wie Schaubildern, Tabellen sowie bei Illustrationen und Karten zum Einsatz.



Tiefblau
C100 M85 Y30 K10
R33 G57 B109
Pantone 661 C
Hex 21386D



Violett
C86 M100 Y18 K8
R76 G38 B111
Pantone 2607 C
Hex 4C266F



Hellgrau
C0 M0 Y0 K20
R218 G218 B218
Hex DADADA

2.2 Farbabstufungen

Farbabstufungen

Die Primär- und Sekundärfarben dürfen zur Erweiterung der Farbpalette auch in abgestufter Form verwendet werden. Hierfür wird der jeweilige Farbton auf 20% heruntergesetzt.

Eingesetzt werden die Transparenzen hauptsächlich zur Hervorhebung von Infokästen oder in Grafiken und Illustrationen.



Magenta 20%



Blau 20%



Tiefblau 20%



Violett 20%

Routen

RadSchnitzeljagd in Baden-Baden

<p>Route 1 Känderspiel ⌚ ca. 2:00h ↻ ca. 25 km</p> <p>Start: Spielplatz Griedmattenstraße Griedmattenstraße 5 76532 Baden-Baden</p>	<p>Route 2 Sport ⌚ ca. 2:15h ↻ ca. 28,4 km</p> <p>Start: FV Sandweiler Lärchenstraße 2 76532 Baden-Baden</p>
<p>Route 3 Natur und Landschaft ⌚ ca. 2:30h ↻ ca. 27,5 km</p> <p>Start: Aumatt Brücke am Aumattstadion nahe Aumattstraße 36 76530 Baden-Baden</p>	<p>Route 4 Aussicht und Sehenswürdigkeiten ⌚ ca. 1:30h ↻ ca. 15,7 km</p> <p>Start: Haltestelle Baden-Baden Kurhaus Wiederstraße 1 76530 Baden-Baden</p>
<p>Route 5 Radtour Rebland und Rheinebene ⌚ ca. 3:00h ↻ ca. 37 km</p> <p>Start: Schloss Neuwier Mauerbergstraße 21 76534 Baden-Baden</p>	<p>Geheimcodes sammeln und gewinnen</p> <p>Route 1 Lösungswort = _____</p> <p>Route 2 Lösungswort = _____</p> <p>Route 3 Lösungswort = _____</p> <p>Route 4 Lösungswort = _____</p> <p>Route 5 Lösungswort = _____</p> <p><small>Wortakrobattinnen und -akrobaten können ganz leicht am Gewinnspiel teilnehmen: Einfach die gesammelten Siben in die richtige Reihenfolge bringen und die Lösungswörter erraten. Tragen Sie Ihre Lösungswörter anschließend in die Online-Maske unter www.radkultur-bw.de/gewinnspiele-und-specials/radschnitzeljagd/radschnitzeljagd-baden-baden</small></p>

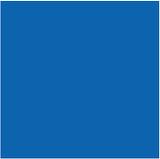
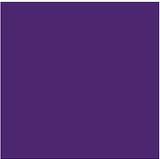
2.3 Verläufe

Verläufe

Um Dynamik und Tiefe in Hintergrundflächen zu generieren, können die Farben als Verlauf eingesetzt werden. Hierfür kommen dunklere Farbfelder hinzu, die ausschließlich für einen solchen Verlauf verwendet werden dürfen.

Zum Einsatz kommen diese beispielsweise für die flächigen Hintergründe von Postkarten, Plakaten oder Shareables. Der Verlauf läuft diagonal von links unten (hell) nach rechts oben (dunkel). Der dunkle Bereich befindet sich dann hinter dem RadKULTUR-Logo.

Beispiele im Kapitel „Anwendungsbeispiele“

			Magenta abgedunkelt C35 M100 Y35 K10 R195 G0 B107 Hex C3006B
Magenta			
			Tiefblau C100 M85 Y30 K10 R33 G57 B109 Hex 21386D
Blau			
			Tiefblau abgedunkelt C100 M85 Y30 K50 R23 G36 B73 Hex 172449
Tiefblau			
			Violett abgedunkelt C86 M100 Y18 K50 R51 G21 B73 Hex 331549
Violett			

3. Typografie

3.1 Schriften

Für die Kommunikation der RadKULTUR Baden-Württemberg werden zwei Schriftarten verwendet. Die „bwegt Display“ und die „bwegt Text“.



Die Lizenz für alle benötigten bwegt-Schriftschnitte erhalten Sie von Ihrem Auftraggeber (z. B. NVBW, VM). Alternativschriften für Anwender ohne Lizenz der bwegt-Schriften werden in Kapitel 3.7 aufgeführt.

bwegt Display Bold Italic

Der Schriftzug „RadKULTUR Baden-Württemberg“ des Logos ist in der Schrift bwegt Display Bold Italic gesetzt.

Die bwegt Display Bold Italic kommt im **Logo** sowie bei **Headlines** und **Subheadlines** zum Einsatz.

Ee

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890***

bwegt Display Light Italic

Der Schriftschnitt Light Italic wird hauptsächlich in **Zitaten** oder in einleitenden Texten wie **Vorworten** oder **Grußworten** von Flyern und Broschüren verwendet.

Ee

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

bwegt Text Regular

Ergänzend kommt die moderne, gut leserliche Schrift bwegt Text Regular zur Anwendung. Sie ist sachlich und weniger verspielt und eignet sich dadurch für Fließtext, Text in Tabellen oder Bildlegenden. Außerdem lassen sich mit ihr Zahlen und Daten schnell erfassen.

Die bwegt Text Regular kommt in allen **Fließtexten** zum Einsatz sowie für **Zahlen** und die **Angaben eines Datums**.

Ee

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

bwegt Text Bold

Für **Hervorhebungen** wie **Datum, Uhrzeit, Mail- oder Webadressen** wird der Schriftschnitt Bold der bwegt Text verwendet.

Ee

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Genauere Definitionen zum Einsatz der Schriftarten folgen auf den nächsten Seiten.

3.2 Typografie – Hierarchisierung

Diese Übersicht zeigt die Möglichkeiten der Schrifthierarchisierung und gibt die Richtung für die Verwendung der unterschiedlichen Schriften (bewegt Text und bewegt Display) und ihre Schriftschnitte vor.

Das Größenverhältnis zwischen Schriftgröße und Balkengröße muss stets eingehalten werden, um ein einheitliches Bild zu schaffen. Balken und Schrift werden somit immer gemeinsam als Gruppe skaliert. Verwenden Sie zur Erstellung der Headlines in Balken die zur Verfügung stehenden Vorlagen (diese können beim Auftraggeber angefragt werden).

Der Umgang mit der Headline in Balken im Layout wird auf der nachfolgenden Seite genauer definiert. Die Balken kommen ausschließlich bei in Grafikprogrammen erstellten Dokumenten zum Einsatz. Balken finden keine Anwendung in Microsoft-Office-Dokumenten.

Hauptheadlines auf beispielsweise Titeln, Plakaten, Sichtbarkeitselementen

Headline in Balken

bewegt Display Bold Italic

mit oder ohne Subline / Preline

bewegt Display Bold Italic

Headline ohne Balken

bewegt Display Bold Italic

Headlines innerhalb des Layouts und der Fließtexte

Headline 2 mit Balken

bewegt Display Bold Italic

- Balken kann Magenta oder Blau sein

Headline 2 mit Balken

- Headlines innerhalb des Layouts

Headline 2 ohne Balken

bewegt Display Bold Italic

- Magenta oder Blau
- Headlines innerhalb des Layouts

Headline 2 ohne Balken

Headline 3

bewegt Text Bold

- Magenta oder Blau
- steht als Headline eines Fließtextes
- hat dieselbe Größe wie der nachfolgende Fließtext

Headline 3

Headline 4

bewegt Text Regular

- Unterscheidet sich nur in der Farbe zum Fließtext

Headline 4

Fließtext

bewegt Text Regular (siehe Kapitel 3.3 – Anwendung im Layout)

3.3 Typografie – Anwendung im Layout

Die Größen der Headlines mit Balken können mit wenigen Einschränkungen sehr flexibel eingesetzt werden. Diese beschränken sich auf minimale und maximale Größen sowie die Größen im Layout auf Innenseiten.

Maximale Größe

Sehr kurze Headlines (oder Head- und Subline-Kombinationen) wie zum Beispiel „RadStar“ dürfen nicht mehr als 2/3 der Breite der Titelseite einnehmen. Längere Headlines dürfen dagegen über die gesamte Breite der Seite innerhalb des Satzspiegels gesetzt werden. Es soll ein harmonisches Bild entstehen, in dem die Headline eine angenehme Lesegröße im Layout einnimmt.



Minimale Größe

Steht eine Headline inklusive Subline mit Balken im Layout, so orientiert sich die Mindestgröße an der Größe des Fließtextes. Die Subline ist niemals kleiner als die Informationen im Fließtext.

Größen auf Innenseiten

Auch auf Innenseiten hat eine Headline mit Balken mindestens dieselbe Schriftgröße wie eine „Headline 3“ ohne Balken oder der nachfolgende Fließtext (siehe 3.2 Typografie – Hierarchisierung).

Typografie – Anwendung im Layout

Die zwei Schriftarten bwegt Text und bwegt Display mit jeweils zwei Schriftschnitten werden wie folgt im Layout verwendet:

Hervorhebungen

Zur Hervorhebung von Informationen innerhalb eines Fließtextes wird der Schriftschnitt **Bold** der „bwegt Text“ verwendet.

Farben im Text

Für farbige Hervorhebungen innerhalb eines Textes werden ausschließlich die Primärfarben **Magenta** und **Blau** verwendet. Die Sekundärfarben kommen nur dann zur Anwendung, wenn zwingend mehr als zwei Farben benötigt werden.

Kennzeichnung von Webadressen

- In Fließtexten wird die Formatierung **Bold** in der Farbe Blau der RadKULTUR verwendet, Beispiel: www.musterseite.de
- Auf Titelseiten und großflächigen Medien wie Plakaten, Bannern oder in Ausnahmefällen wird die URL zur stärkeren Hervorhebung in **Bold** in der Farbe Magenta der RadKULTUR gesetzt, Beispiel: www.musterseite.de

Kennzeichnung von E-Mail-Adressen

E-Mail-Adressen werden in der Formatierung **Bold** gesetzt.
Beispiel: max.mustermann@web.de

Schreibweisen von Datum, Uhrzeit und Telefonnummern

Um eine einheitliche Schreibweise in den einzelnen Dokumenten der RadKULTUR zu garantieren, werden Datum und Uhrzeit wie folgt geschrieben:

Datum: TT.MM.JJ – ist im Layout ausreichend Platz vorhanden, kann die Jahreszahl auch ausgeschrieben werden

Uhrzeit: 00:00 Uhr

Telefonnummer: 06251 8253 oder mit Durchwahl 06251 8253-299 (DIN-Norm)

Auf Plakaten oder Titelseiten werden Datum und Uhrzeiten zusätzlich groß / präsent in **Bold** gesetzt.

Formatierung von Bildnachweisen

Bildnachweise werden in der bwegt Text Regular in einer Schriftgröße von 5 pt in einem 50%igen Schwarz gesetzt (siehe Beispiel rechts).

Der Bildnachweis wird um 90° nach links gekippt und steht neben, in oder unter dem Bild auf derselben Seite. Auf doppelseitigen Formaten kann er auch auf der angrenzenden Seite neben dem Bild stehen.



Vorlage eines DIN-lang-Flyers

Zur Orientierung und einfacheren Handhabung kann eine zur Verfügung stehende InDesign-Vorlage eines DIN-lang-Flyers angefordert werden.

Zitate

Werden Zitate eingesetzt, stehen diese in Kombination mit einem blauen Anführungszeichen am Anfang des Textes. Es hat eine Transparenz von 20 % und kann je nach Optik an einer etwas anderen Position stehen.

Das Zitat wird komplett in Blau gesetzt. Die verwendeten Schriften sind im Beispiel verzeichnet. Ein Zitat wird immer **zentriert** gesetzt.

Der **Autor** des Zitates wird mit einem „/“ vor dem Namen gesetzt.

Am Anfang des Zitates steht als zusätzliches Gestaltungselement ein **Anführungszeichen**, das im Icon-Set der RadKULTUR enthalten ist (dieses kann beim Auftraggeber angefragt werden).



Hier steht ein sehr interessantes
Zitat, das über zwei oder
sogar drei Zeilen gehen kann.

/ Max Mustermann, Position der Person

_____ bewegt Display Light Italic

_____ bewegt Display Light Italic

_____ bewegt Text Bold

Fließtext – Satz, Schriftgrößen und Zeilenabstände

Fließtexte stehen in der RadKULTUR immer im **linksbündigen Flattersatz** und werden optisch ausgeglichen.

Für 6 Standardschriftgrößen in typischen Printmedien sind Zeilenabstände definiert. Die Zeilenabstände von weiteren Schriftgrößen sollten sich optisch an den vorgegebenen Werten orientieren. **Für typische Print-Produkte wie Flyer, Broschüren oder Formulare wird im Fließtext die Schriftgröße 10 pt verwendet.**

Informationen zum Verhältnis der Headlines untereinander im Gestaltungselement „Balkenelemente“ sind unter 3.6 aufgeführt.

Schriftgröße	Zeilenabstand (ZAB)
8 pt	11 pt
9 pt	12 pt
10 pt	13 pt
12 pt	15 pt
14 pt	17 pt
17 pt	20 pt

Textbeispiel bei 8 pt Schriftgröße und 11 pt Zeilenabstand:

Estis remo omnis untur, solore vendia et quaerum dolore vid ma corendi aepudam quam, ipsae ad utae dolorpo riorum veliquaes es et vendiciatur sequi digenti busant.

Ferovid molupta ssitis ipicimp erovit aut es ellest, sit, quam eaquia cuptibus dis a consequae pre excestis

Tabellen

Der grundsätzliche Aufbau der Tabellen erfolgt durch Linien und Balken. Tabellen können in jeder RadKULTUR-Farbe umgesetzt werden.

Kopfzeilen werden in einer der Hauptfarben der RadKULTUR eingefärbt. Die entsprechenden Titel stehen hier in Weiß auf dem farbigen Hintergrund. Eingesetzt wird die **bwegt Display Bold Italic** in 10 pt mit 11 pt Zeilenabstand.

Bis auf die Zeilentitel stehen die **Inhalte** ansonsten einheitlich in schwarzer Schrift. Verwendet wird die **Schriftart bewegt Text** in Regular und Bold. Der Tabelleninhalt bekommt in der Regel zu allen Zellwänden **2 mm** Luft, um zu beengte Zellen zu vermeiden. Es wird eine Schriftgröße von 8 pt und 9 pt Zeilenabstand (ZAB) verwendet.

Spaltentitel in bewegt Display Bold Italic – 10 pt, 11 pt ZAB	Spaltentitel	Spaltentitel
Thema in bewegt Text Bold	Thema	Thema
Hier stehen die Informationen der einzelnen Zelle der Tabelle in der Schrift bewegt Text Regular. Schriftgröße: 8 pt Zeilenabstand: 9 pt	Beispiel mit Unterheadlines Informationen, die gegliedert sind, werden mit Headlines in Bold unterteilt. Unterheadline 2 weitere Informationen	Beispiel mit Aufzählungen <ul style="list-style-type: none"> • Information 1 • Information 2

	Spaltentitel	Spaltentitel
Zeilentitel können in Blau stehen	Information der Tabellenzelle	Information der Tabellenzelle
Zeilentitel können in Magenta stehen	Information der Tabellenzelle	Information der Tabellenzelle
Zeilentitel können in schlichten Anwendungen auch in Schwarz stehen	Information der Tabellenzelle	Information der Tabellenzelle

3.4 Störer und Infokästen

Zur Hervorhebung von Informationen können ein Störer oder unterschiedliche Arten von Infokästen zum Einsatz kommen.



Störer

Ein Störer wird in der RadKULTUR nur auf eine Weise eingesetzt:

- kreisförmig
- blaue Hintergrundfläche mit weißer Schrift in der bewegt Text Bold und Regular
- mit einer **Neigung von 6° nach links**
- die Größe des Störers und der Schrift wird auf das restliche Layout angepasst

Infokästen

Die folgenden Beispiele zeigen die Möglichkeiten zum Einsatz von Infoboxen, um Informationen in unterschiedlichen Stärken hervorzuheben. Sie können vom linken oder rechten Rand in die Seite laufen und dafür vertikal gespiegelt werden, jedoch nicht horizontal.

Als Form für die abgerundeten Infokästen dient der blaue Balken der Subline (siehe Vorlage der Balkenelemente für Headlines in Balken).

Hier steht eine Headline

Dee natus doluptae la autet dolore, tem ipiet laturibusam et et quae

quamre pa denimin velliqu odignienda nes et occabo. Um quid enimusdae nonempor arum fugit mi, omnia nonet aturendae sunt, sus dolorer iorerum et postiam, net iuscipsum nusdae. Ut quia di to dolorei usaped undistrum quid et volorrovitat et, odiae valor as simpe volupta temolorrum, ent explaccus et aturendae sunt, et occabo volorrovitat est.



Infokasten Version 1 flächig:

Headline bewegt Text Bold
Fließtext bewegt Text Regular

Die Farbe der Schrift (100 %) und des Hintergrunds (20 % Deckkraft) ist entweder Magenta **oder** Blau. Sie werden nicht gemischt.

Optional mit Icon

Hier steht eine Headline

Dee natus doluptae la autet dolore, tem ipiet laturibusam et et quae quamre pa denimin velliqu odignienda nes et occabo. Um quid enimusdae nonempor arum fugit mi, omnia nonet aturendae sunt, sus dolorer iorerum et postiam, net iuscipsum nusdae. Ut quia di to dolorei usaped undistrum quid et volorrovitat et, odiae valor as simpe volupta temolorrum, ent explaccus et aturendae sunt, et occabo volorrovitat est.

Infokasten Version 2 Outline:

Headline bewegt Text Bold
Fließtext bewegt Text Regular

Farbe Schrift: Schwarz
Farbe Rahmen: Blau oder Magenta
1 pt Strichstärke

Hier steht eine Headline

Dee natus doluptae la autet dolore, tem ipiet laturibusam et et quae quamre pa denimin velliqu odignienda nes et occabo. Um quid enimusdae nonempor arum fugit mi, omnia nonet aturendae sunt, sus dolorer iorerum et postiam, net iuscipsum nusdae. Ut quia di to dolorei usaped undistrum quid et volorrovitat et, odiae valor as simpe volupta temolorrum, ent explaccus et aturendae sunt, et occabo volorrovitat est.

Infokasten Version 3 ohne Rundung:

Headline bewegt Text Bold
Fließtext bewegt Text Regular

Farbe siehe Infokasten Version 1.
Diese Art kommt nur dann zum Einsatz, wenn die Textmenge für die abgerundete Box zu viel ist oder es im Layout schwierig einzusetzen ist.

3.5 Headlinemechanik – Schreibweisen

Schreibweise der Marken

Beim Schriftzug des Logos sowie bei jeglicher Nennung der Marke in Fließtexten etc. wird der zweite Teil des Wortes in Großbuchstaben gesetzt. Auch bei der Nennung der Untermarken wird diese Schreibweise verwendet.

RadKULTUR

RadNETZ

RadSTRATEGIE

RadSCHNELLWEG

RadKONGRESS

Schreibweise Maßnahmen der Initiative RadKULTUR

Bei der Bezeichnung der Maßnahmen wird für eine bessere Lesbarkeit und aus Platzgründen nur der Anfangsbuchstabe des zweiten Wortbausteins als Großbuchstabe gesetzt.

Einzelne Maßnahmen der RadKULTUR Baden-Württemberg erhalten, abgeleitet von der Wortmarke, eigene Bezeichnungen. Im besten Fall setzt sich der Name dafür aus dem Wort „Rad“ mit einem ergänzenden Substantiv wie beispielsweise „Star“ oder „Schnitzeljagd“ zusammen.

RadBingo

RadCheck

RadInfo

RadSchnitzeljagd

RadStar

PedelecTestflotte

LastenradVerleih

Sonderformen:

RadKULTUR-Tag

RadService-Punkt

3.6 Balkenelemente Als Headlines

Angelehnt an die Rundungen und Schrägstellung der Schrift und an das Gestaltungselement Flow werden Headlines auf Plakaten oder Titelseiten auf vordefinierten Balken platziert. Diese sind in den Farben Magenta und Blau und haben abgerundete Ecken. Sie enden rechts und links mit einer Schräge bzw. werden **links randabfallend** gesetzt. Auf Bildern werden die Balken durch den Effekt „Multiplizieren“ leicht transparent.

Bei mehrzeiligen Head- und Sublines ist immer der abgestufte Zeilenbeginn zu beachten. Er orientiert sich an der Schräge der Schrift auch bei in den Anschnitt auslaufenden Balken.

Balken ohne Multiplizieren-Effekt

Der Multiplizieren-Effekt wird vorzugsweise verwendet. Je nach Hintergrundbild kann dieser Effekt zu schwer lesbaren Headlines führen. Ist dies der Fall, dürfen die Balken auch ohne Multiplizieren-Effekt auf einem Motiv stehen. Die Lesbarkeit der Headline hat in diesem Fall Priorität.



Hinweis zur Bearbeitung

Die Balken werden (ohne den Text) erst zu einer Gruppe zusammengefasst und im Anschluss als Gruppe mit dem Effekt „Multiplizieren“ (Deckkraft: 100 %) versehen.

Beispiele verschiedener Headlinevarianten

Es stehen Vorlagen in unterschiedlichen Varianten als Illustrator-Datei zur Verfügung.

Headline alleine

Besteht die Headline nur aus einem Wort/Satz, wird das Balkenelement in Magenta verwendet.

RadService-Punkt

Headline und Subline

Bei einer Headline mit Subline steht die Headline auf einem Balkenelement in Magenta und die Subline darunter auf einem Balken in Blau. Die Größenverhältnisse zueinander sind vorgegeben. Der blaue Balken liegt immer im Vordergrund.

RadSchnitzeljagd

Mengen mit dem Fahrrad erkunden

Headline und Subline mit Umbruch

Bei einer mehrzeiligen Subline besteht die Möglichkeit, sie in zwei Zeilen zu setzen. Auch hierfür stehen Vorlagen zur Verfügung.

RadSchnitzeljagd

Sublines werden ab einem bestimmten Punkt umbrochen

Landkreis Ravensburg
RadStar

„Gesichter der RadKULTUR“ gesucht!

Headline mit Overline und Subline

Steht über der Headline noch eine Overline, wird diese auf einen Balken in derselben Farbe wie die Headline gesetzt.

Hinweis

Diese Vorgaben gelten für Plakate, Titelseiten, Shareables usw. Auf Innenseiten von Flyern/Broschüren usw. können Headlines auch mit einem blauen Balken hinterlegt werden.

Balkenelemente – Der Umgang

Für die Erstellung der Balkenelemente stehen Vorlagen zur Verfügung.

Bearbeitung der einzelnen Balken:

1. Länge der Balken einzeln an Textlänge anpassen
Achtung: Ankerpunkte verschieben, nicht das gesamte Objekt verzerren
2. entsprechende Rundung am Ende des kürzeren Balkens entfernen
(siehe Beispiele links mit gelber Markierung)

Umbrüche

in Headline: nicht mehr als ein Zeilenumbruch

in Subline: es ist darauf zu achten, dass die obere Zeile der Subline immer länger ist als die untere Zeile



Negativbeispiele



Balkenelemente – Beispiele



Kommunikation während des Moduls

Kontinuierliche Kommunikation

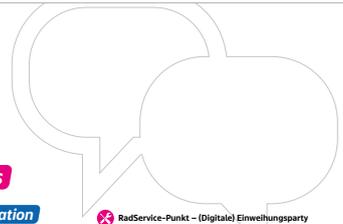
Machen Sie während der Durchführung mehrmals auf die Aktion aufmerksam, z.B. zum Start, während des Aktionszeitraums und kurz vor dem Ende. Dies betrifft vor allem die Module RadBingo und PedelecTestflotte. Rufen Sie die Module Ihren Beschäftigten immer wieder ins Gedächtnis.

Aktionen rund um die Module

Ergänzen Sie die RadKULTUR Module durch kleine Aktionen rund um das Thema Radfahren. Das motiviert Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch mehr zur Teilnahme an den Modulen.

Hier finden Sie jeweils ein paar Vorschläge, welche Aktionen Sie zum jeweiligen Modul durchführen können:

- ✖ **PedelecTestflotte – Aktiv in der Mittagspause**
 Motivieren Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für eine kurze Radtour in der Mittagspause, entweder mit dem eigenen Fahrrad oder mit einem aus der PedelecTestflotte. Auf diese Weise lernen die Kolleginnen und Kollegen nicht nur die Umgebung kennen und bleiben fit und gesund, sondern erhalten gleichzeitig die Möglichkeit, das neue Angebot zu testen. Machen Sie im Intranet oder über einen Aushang in der Kantine auf die Aktion aufmerksam und schlagen Sie am besten gleich eine kleine Route (ca. 20 Min. Fahrzeit) vor.
- ✖ **PedelecTestflotte – Gemeinsam in den Feierabend radeln**
 Die PedelecTestflotte lässt sich am besten in der Gruppe ausprobieren. Finden Sie Radbegeisterte in Ihrem Unternehmen, die an einem Abend im "Test-Zeitraum" gemeinsam auf die Fahrräder steigen. Kommunizieren Sie die Aktion über Ihre Kanäle. Geben Sie den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Möglichkeit ihre Erfahrungen im Intranet oder auf Social Media unter der Verwendung von Hashtags (z.B. #radelinderfeierabend, #pedelectestflotte) mit anderen Kolleginnen zu teilen.



- ✖ **RadService-Punkt – (Digitale) Einweihungsparty**
 Neues muss gefeiert werden! Erfreuen Sie sich gemeinsam mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an Ihrem neuen RadService-Punkt auf Ihrem Gelände und veranstalten eine kleine Einweihungsparty (momentan auch als Online-Live-Event – mit Zugriff aus dem Home-Office – denkbar). Nutzen Sie die Gelegenheit, um Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die vielen Funktionen der Station aufzuklären und alle Radbegeisterten zur Wahrnehmung des neuen Angebots zu motivieren.
- ✖ **RadService-Punkt – RadKULTUR Tutorials als Hilfestellung**
 Nutzen Sie die RadTutorials und zeigen Sie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wie diese Ihr Fahrrad richtig einstellen oder wie ein platter Reifen geflickt werden kann. Teilen Sie hierfür das entsprechende Video bei sich im Intranet und verweisen Sie auf das Werkzeug in Ihrem neuen RadService-Punkt. Die Videos finden Sie unter www.youtube.com/user/radkulturbw/videos.
- ✖ **RadCheck – Bike-Service-Picknick**
 Organisieren Sie ein kleines gemeinsames Picknick mit leckeren Snacks an den Fahrradständern, bei dem die Räder Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch den RadCheck auf den neuesten Stand gebracht werden. Animieren Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Fotos während des RadCheck auf Social Media und im Intranet zu teilen.
- ♥ **RadInfo – Gesundheitstag**
 Ein Gesundheitstag im Unternehmen bietet ein breites Spektrum der Präventions- und Gesundheitsvorsorge und informiert Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Themen wie Ernährung, Entspannung und Bewegung. Diese Veranstaltung lässt sich ideal durch das Modul RadInfo ergänzen. Im Rahmen dessen vermitteln kurzweilige Vorträge wertvolles und praktisches Wissen rund um das Thema Fahrersicherheit. Tolle RadKULTUR-Give-Aways wie Fahrrad-Reflektoren oder Sattelüberzüge können Sie jederzeit unter www.radkultur-bw.de/werbestaetel als kleines Dankeschön für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bestellen.

3.7 Alternativschriften

Für Anwender ohne Lizenz der bwegt-Schriften kommen die Alternativschriften **Marselis Pro** und **Typewalk 1965** zum Einsatz (Lizenzen sind in gängigen Font-Shops erhältlich). Sie ersetzen die bwegt-Schriften wie folgt:

Marselis Pro Bold Italic

Sie ersetzt den Schriftschnitt **bwegt Display Bold Italic** und wird somit für **Headlines und Sublines** verwendet.

Ee

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890***

Marselis Pro Italic

Zum Einsatz kommt sie anstelle der **bwegt Display Light Italic** und findet ihren Einsatz bei **Zitaten sowie Gruß- und Vorworten**.

Ee

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890***

Typewalk 1965 Regular

Sie ersetzt den Schriftschnitt **bwegt Text Regular** und kommt somit im **Fließtext** zum Einsatz.

Ee

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Typewalk 1965 Bold

Wird anstelle der **bwegt Text Bold** genutzt und wird für **Hervorhebungen, Datum, Uhrzeit, Mail- und Webadressen** verwendet.

Ee

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

3.8 Systemübergreifende Schrift

Ee

Korrespondenzvorlagen

Um Schriftprobleme bei Korrespondenzvorlagen zu vermeiden, wurde bewusst eine **Standard-Windows-Schrift** gewählt, da eine spezielle Schrift unter Umständen auf anderen Rechnern nicht installiert ist.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Die **Calibri** ist eine systemübergreifende Schrift und frei zugänglich. Zur Strukturierung von Texten können die unterschiedlichen Schriftschnitte **Regular, Bold und Bold Italic** eingesetzt werden. Calibri wird zum Beispiel auf Dokumenten, wie Geschäftsbriefen und sonstigen Word-Dokumenten sowie in Power-Point-Präsentationen verwendet. Für eine solche Präsentation verwenden Sie bitte die zur Verfügung stehende Vorlage.

- Calibri Regular

4. Gestaltungselemente

4.1 Der Flow

Radfahren ist ...

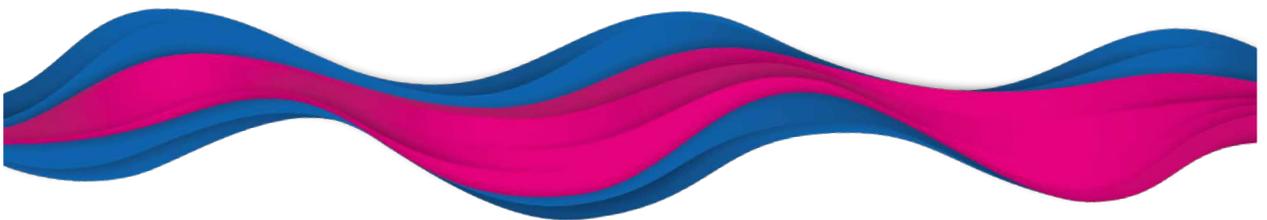
- > rund und dynamisch
- > vielschichtig und fließend
- > Landschaft wahrnehmen
- > modern
- > Lifestyle
- > im **Flow** sein

Das Gestaltungselement „Flow“ (seit 2021 im Einsatz) greift die Eigenschaften des Radfahrens auf und übersetzt sie in eine visuelle Sprache.

Der Flow kommt in allen Motiven unterschiedlichster Medien als Trenner zwischen Informations- und Bildbereich oder in Kombination mit dem Logo zum Einsatz. Er sorgt für eine starke optische Verbindung über alle Medien hinweg und einen hohen Wiedererkennungswert.

Die beiden Hauptfarben Magenta und Blau dominieren. Durch verschiedene Nuancen der beiden Farben und Schattierungen erhält der Flow eine Dynamik. Er wirkt rund und schwungvoll und symbolisiert das Bewegungsmuster und das Gefühl des Radfahrens an sich.

Variante 1



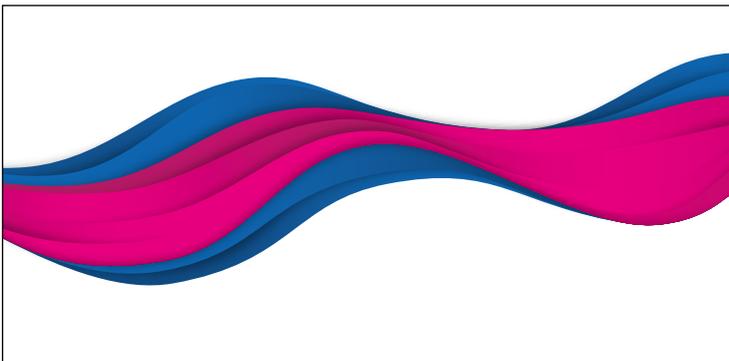
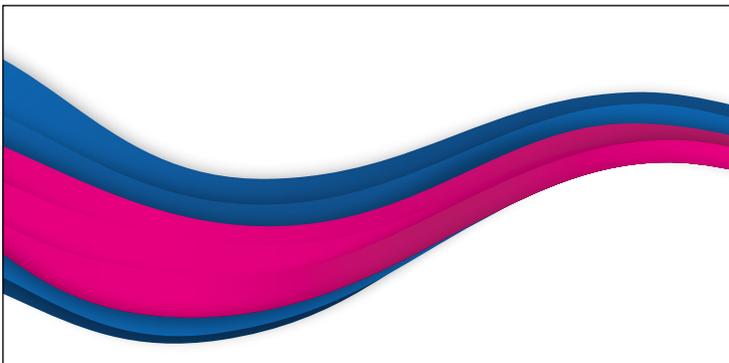
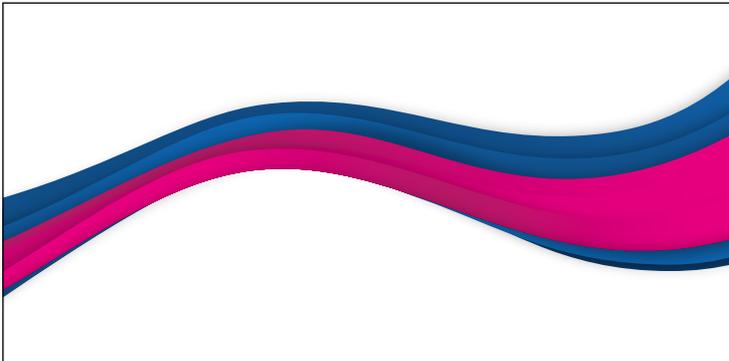
Variante 2



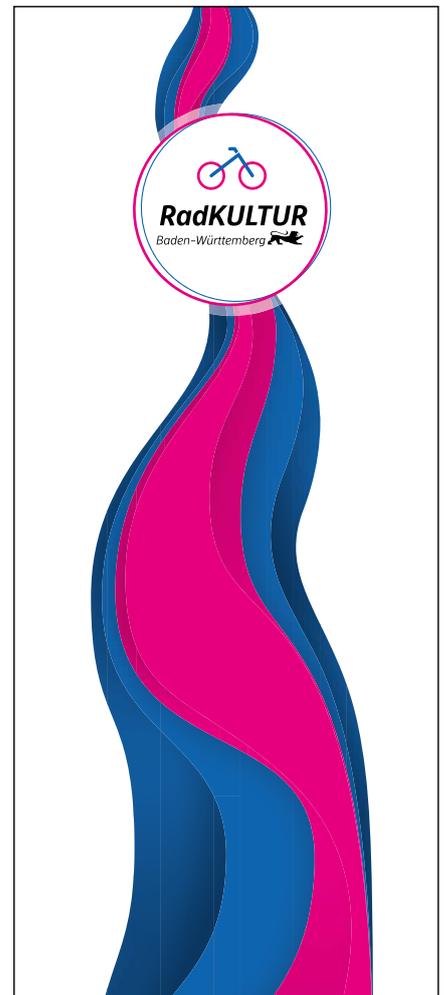
Dynamisch und flexibel

Das Gestaltungselement gewährleistet eine große Flexibilität in der Anwendung und individuelle Anpassungsmöglichkeiten je Medium und Inhalt. Es stehen mehrere Varianten des Flows zur Verfügung und der jeweilige Ausschnitt kann so gewählt werden, dass er optimal zum Medium, Format und Bildmotiv abgestimmt werden kann.

Querformat



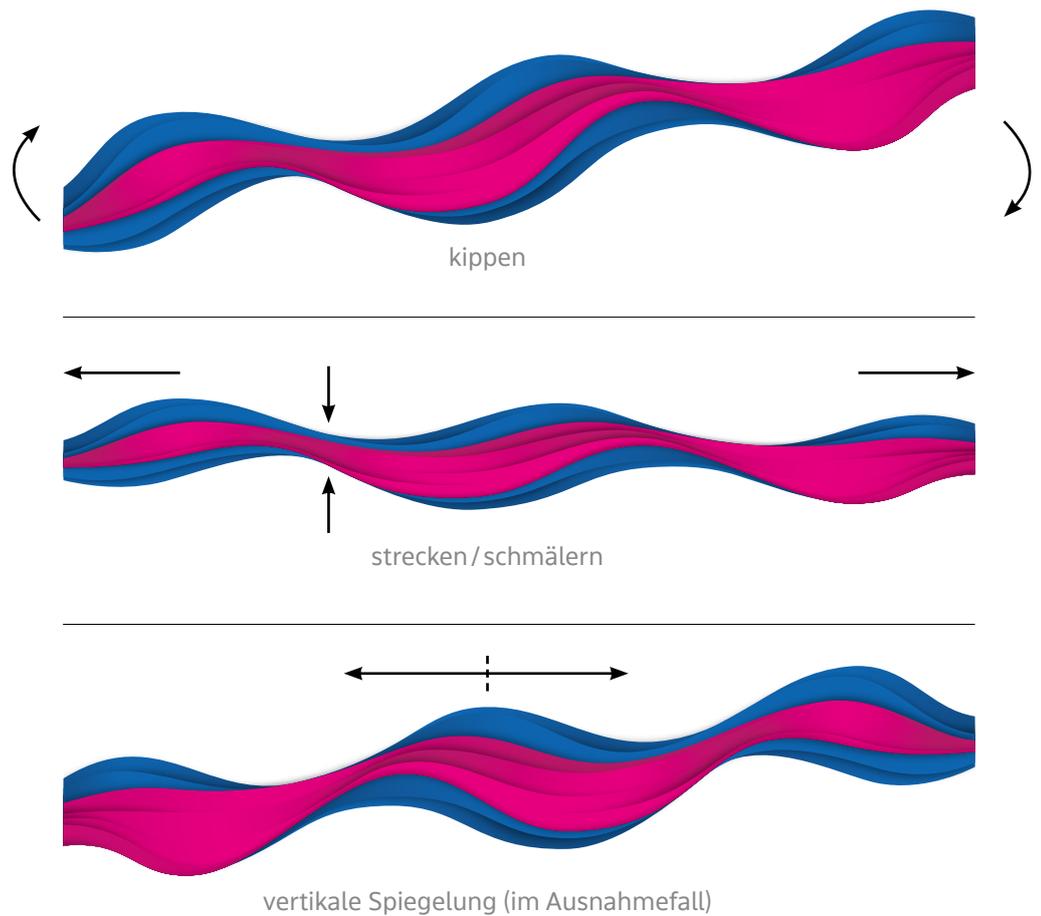
Hochformat mit Logo



Hochformat des Flows wird nur in Sonderfällen verwendet und kann über den Kontakt angefragt werden (siehe Titelseite).

Der Flow – Umgang

Für die höchste Flexibilität darf der Flow in beide Richtungen gekippt werden. Er darf außerdem bis zu einem gewissen Maß gestreckt werden, um flachere Wellen zu erhalten. Sollte mit diesen Möglichkeiten keine optimale Platzierung möglich sein, darf der Flow in Ausnahmefällen auch horizontal gespiegelt werden (jedoch niemals vertikal!).

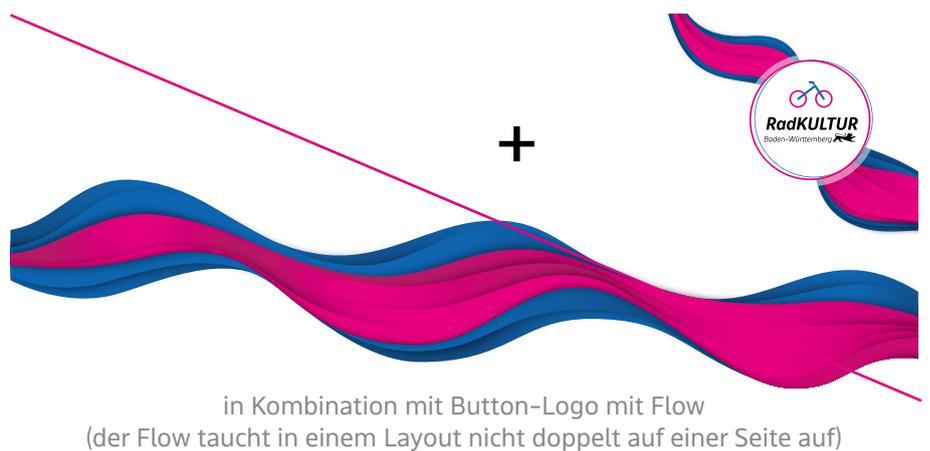
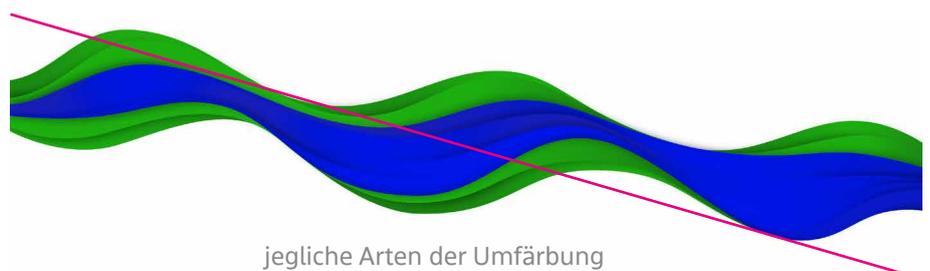


Der Flow – Negativbeispiele

Wie darf der Flow nicht verwendet werden

Das flexible Gestaltungselement bietet sehr viel Spielraum, darf jedoch nicht in jeder Weise verändert werden. So ist das Umfärben in jeder Art nicht zulässig. Um den Effekt der räumlichen Tiefe des Flows zu wahren, darf er nicht an der horizontalen Achse gespiegelt werden.

Zusätzlich kommt der Flow pro Layout/Seite nur einmal zum Einsatz. Er ist nie gedoppelt zu sehen.



4.2 Die Icons

Die RadKULTUR verfügt über einen großen Pool an individuell angelegten Icons zu unterschiedlichsten Themenbereichen. Es werden die beiden Anwendungsbereiche „Baukastenmodule“ und „weitere Icons“ unterschieden. Alle Icons dürfen in beiden Farbvarianten (Magenta und Blau) sowie invers verwendet werden.

Module

Für die einzelnen Module stehen individuelle Icons zur Verfügung. Sie können in diesem Zusammenhang in den Medien zum Einsatz kommen, werden jedoch ausschließlich in Verbindung mit dem entsprechenden Modul eingesetzt.

Folgende Icons haben eine feste Zuordnung und sind für andere Einsatzzwecke ausgeschlossen (Modul-Icons):



Weitere Icons

Für verschiedene Themenbereiche wie Gesundheit, Umwelt, Verkehr oder Strategie wurden zahlreiche weitere Icons erstellt, die nach Bedarf frei verwendet werden dürfen.

Die Größe der Icons definiert sich in den meisten Fällen über die optische Einschätzung. Das Gesamtbild zwischen Texten und Icons sollte ausgewogen sein und nicht mit Icons überladen werden. Der Betrachter soll sich von den Icons nicht erschlagen fühlen.

Der einzige fest definierte Fall sind Icons auf einer Standard DIN-A4-Seite (z. B. One-Pager, Checklisten oder Formulare). Hier werden die Icons immer mit einem Durchmesser (Kreis) von 12 mm gesetzt, um ein einheitliches Bild für A4-Dokumente zu schaffen.

Weitere Icons

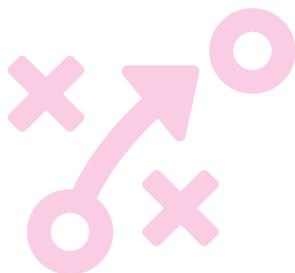
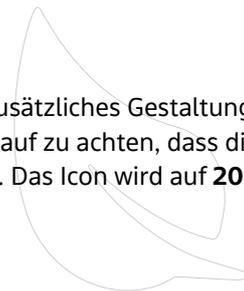
Nachfolgend ist eine kleine Auswahl verschiedener RadKULTUR-Icons dargestellt. Die gesamte Icon-Palette umfasst zahlreiche Icons, die in Magenta und in Blau zur Verfügung stehen. Sie liegen jeweils in zwei unterschiedlichen Ausführungen vor – positiv oder negativ auf runder Farbfläche.

Der Pool der zur Verfügung stehenden RadKULTUR-Icons erweitert sich jährlich.



Icons als Outlines im Hintergrund

Die Icons dürfen außerdem als Outlines als zusätzliches Gestaltungselement im Hintergrund verwendet werden. Dabei ist darauf zu achten, dass die Linienstärke **0,25 Pt** beträgt und Schwarz gewählt wird. Das Icon wird auf **20 % Deckkraft** gesetzt.



Icons flächig im Hintergrund

Als Schmuckelement kann ein Icon ebenfalls in der Farbe Magenta vollflächig eingesetzt werden. Wie auch das Icon in Outlines wird das flächig gesetzte Icon auf **20 % Deckkraft** gesetzt.

4.3 Das Laufrad

Das Laufrad als Icon

Das Fahrrad aus dem RadKULTUR-Logo kann herausgelöst als eigenständiges Icon und Schmuckelement verwendet werden. Hierfür gibt es unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten:

- als alleinstehendes Schmuckelement in den original RadKULTUR-Farben
- als Outline-Icon (siehe Bestimmungen Icons als Outlines)
- in Ausnahmefällen flächig Weiß auf Farbflächen

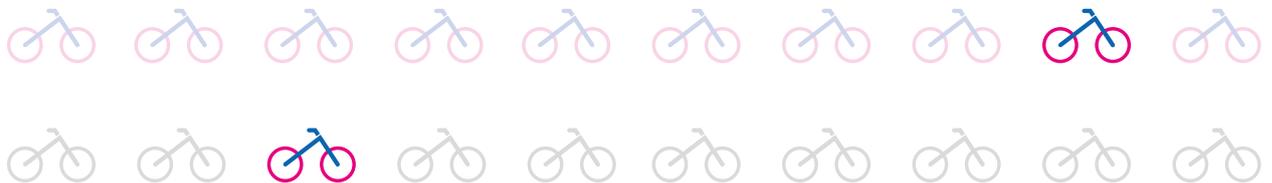


Die Laufrad-Leiste

Das Fahrrad als Einzelelement kann auch aneinandergereiht werden. Die dabei entstehende Banderole eignet sich optimal als dezentes Schmuckelement über die gesamte Breite eines Formates.

Sie kann beispielsweise am unteren Rand eines Mediums (z. B. Flyer-Innenseite) oder als Trenner zwischen zwei Themen eingesetzt werden.

Die Banderole darf in Hellgrau (20 % Schwarz) oder in Original-Farbe (20 % Transparenz) gesetzt werden. Ein einzelnes Fahrrad ist immer in Originalfarbe eingefärbt (siehe Beispiel).



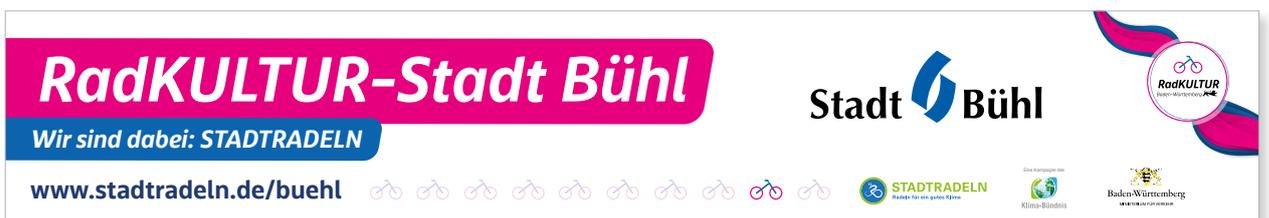
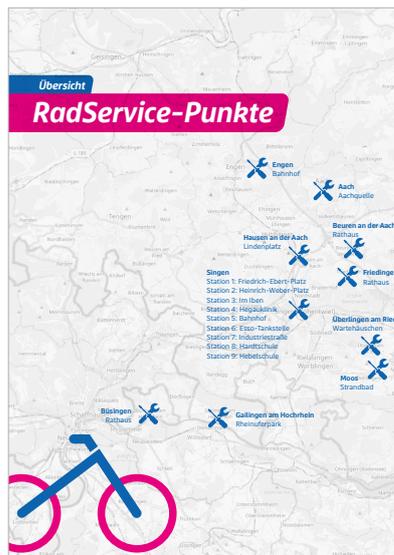


Fahrrad-Pattern

Das stilisierte Fahrrad als Pattern dient als Hintergrund für Text oder auch für Illustrationen. Anwendungen hierfür sind beispielsweise Roll-ups, Messewände, aber auch Innenseiten von Broschüren (siehe Punkt 9 Anwendungsbeispiele).

Das Pattern wird im Normalfall in 20 % Schwarz verwendet. Nur in Ausnahmefällen, wenn das Pattern das Hauptgestaltungselement darstellt, wie zum Beispiel bei der Baumwolltasche (siehe Anwendungsbeispiele Werbemittel), darf es auch komplett in Originalfarben (Magenta und Blau) eingesetzt werden.

Anwendungsbeispiele:

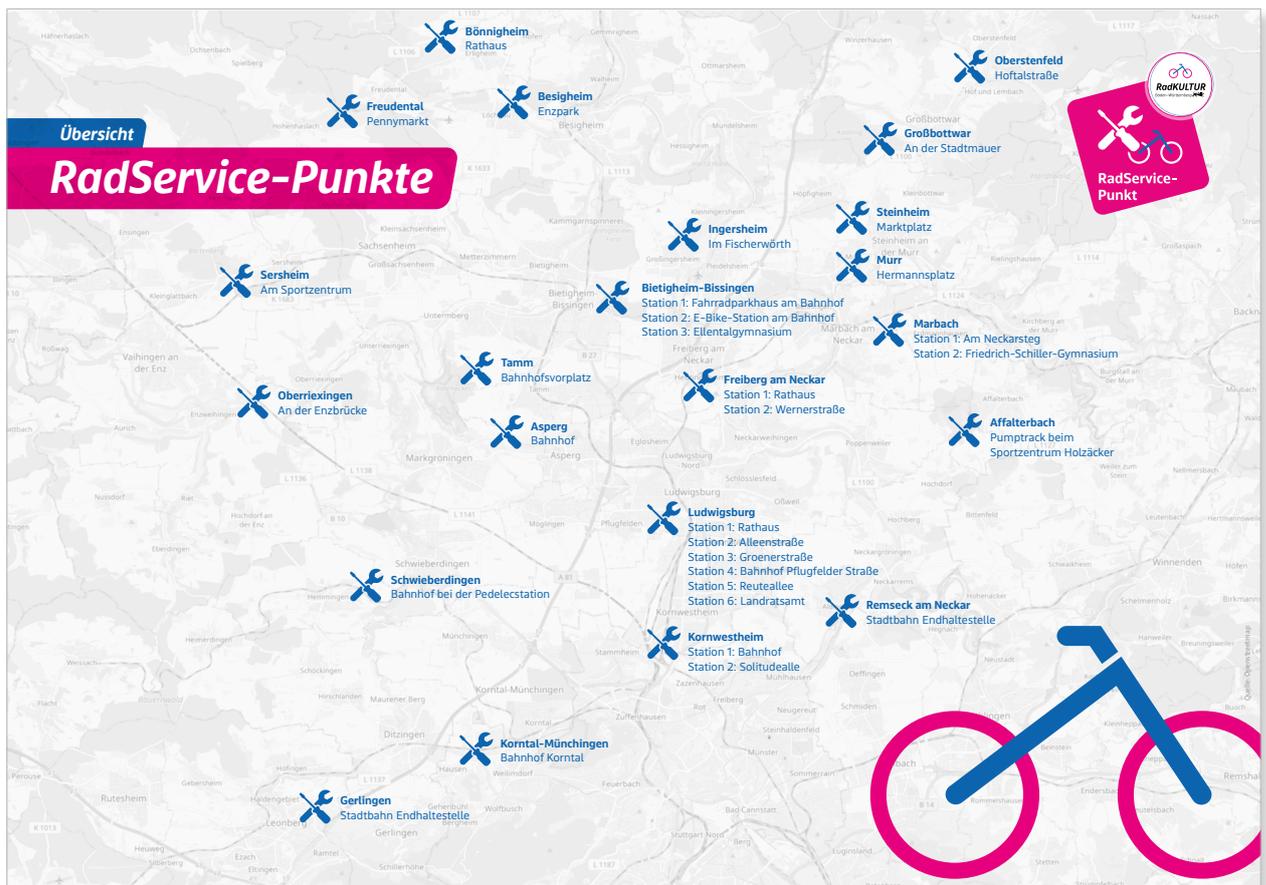


4.4 Karten

Detailliert

Für eine detaillierte Ansicht einer Karte dienen die Karten von **Openstreetmap** (<http://www.openstreetmap.org/>). Hierfür auf der Plattform den entsprechenden Kartenausschnitt wählen und im rechten Menü auf „Teilen“ gehen und das Download-Format wählen. Im nächsten Schritt muss die Karte in Schwarz-Weiß umgewandelt werden. Eine Quellenangabe muss hinzugefügt werden.

Müssen weitere Informationen auf der Karte dargestellt werden (siehe Beispiel), wird die Transparenz auf 40 % gestellt.



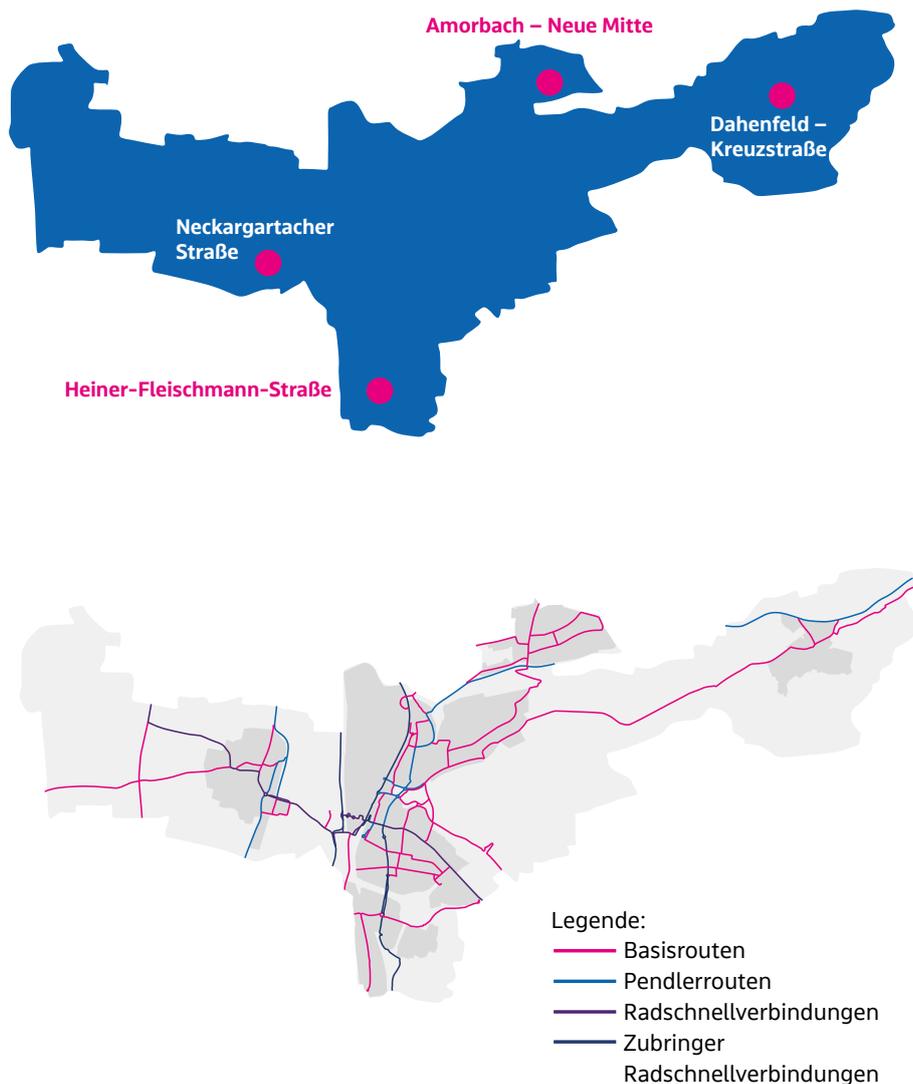
Beispiel: Innenseite Flyer RadService-Punkte

Abstrahiert

Für abstrakte Darstellungen kommen Farbflächen sowie grobe Umrisslinien zum Einsatz. Die Karte kann auf weißem oder farbigem Hintergrund stehen. Das ist abhängig vom Gesamtzusammenhang und Einsatzgebiet der Grafik.

Für Streckenmarkierungen innerhalb einer Karte werden die Primär- sowie Sekundärfarben der RadKULTUR eingesetzt.

Diese Art der Darstellung kann im Print- wie auch im Online-Bereich wie beispielsweise auf Shareables eingesetzt werden.



Beispiel: Seiten aus einem RadGeber einer Kommune

5. RadKULTUR-Module

5.1 Die Module

Für die RadKULTUR-Module stehen exklusive Icons sowie eigene Imagebilder zur Verfügung. Die entsprechenden Icons und Fotomotive sind ausschließlich der Kommunikation des jeweiligen Moduls vorbehalten und dürfen nicht in anderem Kontext eingesetzt werden. Auch die Schreibweisen der Module sind festgelegt.



RadCheck



RadStar



STADTRADELN



PedelecTestflotte



RadKULTUR-Tag



RadSchnitzeljagd



RadBingo



RadService-Punkt



RadInfo



RadGeber



LastenradVerleih

6. Bilder

6.1 Bildkonzept

Der Anspruch an die Bildwelt ist, mit ungewöhnlichen Aufnahmen, Spiegelungen und Perspektiven, die Betrachterinnen und Betrachter in ihren Bann zu ziehen.



6.2 Übersicht Bildwelt

Imagemotive für Zielgruppen

Diese Bilder werden entweder zusammen mit der jeweiligen Überschrift „Radfahren ist ...“ verwendet (z. B. auf der Website) oder ohne Text, dann z. B. als Titelbild für Printmedien. Im letzteren Fall fungieren die Bilder nicht als Motiv für eine bestimmte Zielgruppe, sondern als allgemeines Imagebild.



Radfahren ist Stadtpark



Radfahren ist Wochenmarkt



Radfahren ist Frühtau



Radfahren ist Gemeinschaft



Hauptmotiv RadKULTUR
Kommt zum Einsatz, wenn
die Initiative RadKULTUR
ohne festen Themenbezug
oder feste Zielgruppe
präsentiert wird.

Titelmotive RadKULTUR-Module

Die Motive der RadKULTUR-Module kommen auf der Website, Plakaten oder Flyern für die Module zum Einsatz.

Die genaue Zuordnung der Bilder zu den einzelnen Modulen finden Sie im Abschnitt **4. RadKULTUR-Module**



Fotowettbewerb RadStar



RadSchnitzeljagd



RadCheck



RadKULTUR-Tag

Allgemeine Fahrradbilder

Die Bilder eignen sich für die Verwendung in Fällen, bei denen (noch) kein geeignetes Motiv vorliegt oder deren Zusammenhang zu allgemein ist. Auch als „unverfängliches“ Gestaltungselement auf der Website oder in Printmedien und somit als zusätzliche „Stütze“ der Gesamt-Visualität können diese Bilder eingesetzt werden.



Fahrradschloss



Fahrradampel



Lastenrad



Pedal

Allgemeiner Bilderpool

Ein allgemeiner Bilderpool (Beispielbilder siehe unten) kann für jegliche Kommunikation, egal ob Print oder digital, verwendet werden.



Kommunen-Motive

Die geförderten Kommunen erhalten im Rahmen des Basispakets Visualität drei Fotomotive (beim großen Förderpaket) oder ein Fotomotiv (beim kleinen Förderpaket) für die freie Verwendung innerhalb ihrer eigenen Fahrradkommunikation, auch über den Förderzeitraum hinaus.

Die Motive werden individuell erstellt, dabei wird ein kommunales Highlight in einem Fahrraddetailbild gespiegelt.



Kirchheim unter Teck, Burg Teck



Kirchheim unter Teck, Kornhaus



Kirchheim unter Teck, Rathaus



Singen, Burg

6.3 Bildquellen

Die folgenden Angaben gelten für alle Bilder, die in diesem Manual aufgeführt sind und ab dem 01.01.2016 von Heiko Simayer erstellt worden sind.

Bei den Bildern von Heiko Simayer handelt es sich um hochqualitative Motive. Diese Bilder haben einen werblichen Charakter. Alle Imagebilder, Modulbilder, Kommunen-Motive, Fahrrad-Detailbilder und Spiegelungen in diesem Look wurden von Heiko Simayer aufgenommen. Zum Einsatz in redaktionellen Produkten wurden 2018 und 2021 mehrere Shootings mit Heiko Simayer umgesetzt, die den allgemeinen Bilderpool um modernere Motive und Bildmaterial zum Schwerpunkt Radpendeln erweitern. Für Bildmaterial vor 2018 ist der Fotograf anzufragen.

Fotograf:
Heiko Simayer

Lizenzangaben:

© Initiative RadKULTUR, Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg, Heiko Simayer

Diese Lizenzangaben müssen nicht im direkten Umfeld jedes einzelnen Bildes platziert werden. Es reicht eine allgemeine Nennung im Impressum.

Bilder aus der Fotodokumentation

Einige RadKULTUR-Veranstaltungen werden von professionellen Fotografen begleitet und ergänzen den Bilderpool der RadKULTUR. Auch diese Bildmotive müssen beim Einsatz mit einer Lizenzangabe gekennzeichnet werden.

Lizenzangaben:

© Initiative RadKULTUR, Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg, VORNAME NACHNAME FotografIn

Eine Auswahl der Bilder finden Sie unter:
www.radkultur-bw.de/presse#pressebilder

6.4 Bildeinsatz

Zur Platzierung der Bilder gibt es verschiedene Möglichkeiten, um größtmöglichen Gestaltungsspielraum innerhalb der Visualität zu haben.

Möglichkeit 1a

Vollflächig über die gesamte Seite oder über den Großteil der Seite. In jedem Fall sind sie randabfallend zu allen Seiten.



Werbemittel

Für alle Kommunen in Baden-Württemberg besteht die Bestellmöglichkeit von RadKULTUR-Werbemitteln zum Selbstkostenpreis. Die Bestellungen können online jederzeit und mehrfach erfolgen. Den Artikelkatalog sowie das Bestellformular finden Sie unter radkultur-bw.de/werbemittel.



Jetzt neu!

Einzelne Produkte aus dem Werbemittel-Sortiment können mit Ihrem Logo individualisiert werden.





Möglichkeit 1b
Im Satzspiegel und randabfallend in den Falz der Doppelseite



Möglichkeit 1c
Randabfallend auf der linken oder rechten Seite



Möglichkeit 2
Zusätzlich können Bilder kleiner im Kreis wie eine Art Störer mit auf der Seite platziert werden



Möglichkeit 3
Angeschnittenes Balkenelement als Bildrahmen – nur bei Großworten oder auf Titelseiten



Möglichkeit 4

Bild vollflächig im Hintergrund, transparente Fläche mit abgerundeter Ecke im Vordergrund



Möglichkeit 5

Flow als Trennung zum Bild (nur auf Titelseiten und Plakaten)

7. Digitale Anwendungen

7.1 Web-Auftritt

Für einen einheitlichen Look und eine gute Wiedererkennbarkeit werden Seiten und Unterseiten, die im Zusammenhang mit der RadKULTUR stehen, einheitlich aufgebaut. **Als Orientierung dient die aktuelle Website der RadKULTUR www.radkultur-bw.de**

Die Hintergrundfläche ist weiß. Nur in seltenen Fällen wie zum Beispiel für besondere Auszeichnungen oder zur Abgrenzung von Interaktionsebenen untereinander kann auch Blau als Hintergrundfarbe eingesetzt werden.

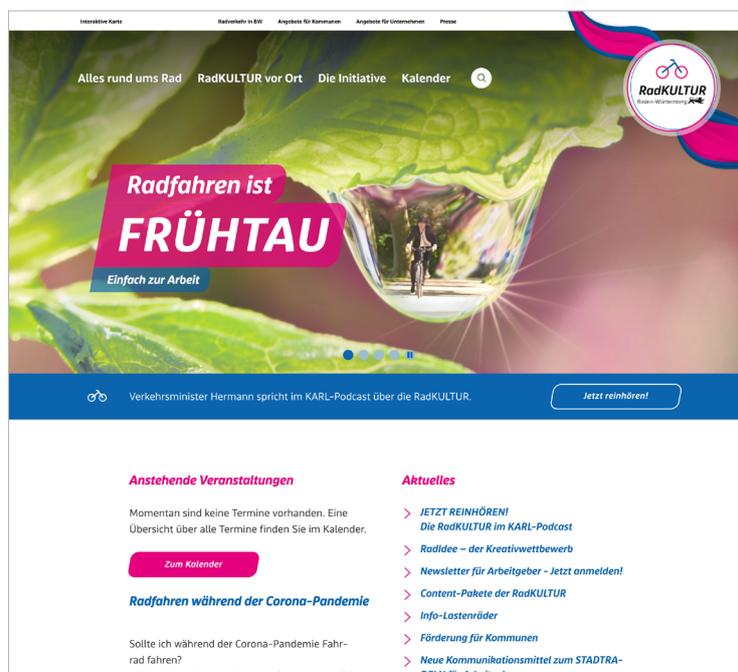
Inhalte auf dem digitalen Produkt sollten gut geordnet sein und deutlich durch Überschriften voneinander abgetrennt sein.

Interagierbare Elemente wie Buttons, Listen oder Links müssen deutlich gekennzeichnet werden, um ein intuitives Nutzerverhalten zu gewährleisten. Diese sind im weiteren Verlauf des Kapitels genauer definiert und in Beispielen ersichtlich.

Verwendet werden die allgemeinen Schriften (**bwegt Text und bewegt Display**) und die Primärfarben (**Magenta und Blau**) der RadKULTUR.

- Wie in den Printanwendungen wird für Headlines die **bwegt Display Bold Italic** in Blau oder Magenta verwendet. Außerdem findet sie bei Buttons und (wenn benötigt) als Information auf Bildern Anwendung.
- Die **bwegt Text Regular** wird im Fließtext verwendet. Für Hervorhebungen kommt der Schriftschnitt **Bold** zum Einsatz.
- Die **bwegt Display Light Italic** wird für Zitate verwendet.

Schriftgrößen für Headlines sollen so definiert werden, dass eine deutliche Abstufung zwischen H1, H2 usw. besteht. Die Anzahl der Headlineabstufungen richtet sich nach dem Inhalt.



Position Logo

Das Button-Logo sitzt mit dem entsprechenden Schutzraum in der rechten oberen Ecke der Seite. (Buttons der Untermarken ohne Flow)

Die Lesbarkeit des Logos muss gewährleistet sein.

Buttons

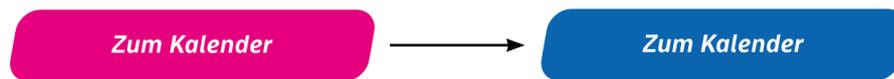
Buttons werden entweder ausgefüllt oder nur als Outline eingesetzt.

Die Hintergrundfläche bzw. die Outline wird durch ein Pseudoelement erzielt (::after), das entsprechend gestyled wird.

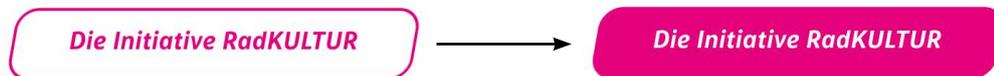
Bei jedem Button gibt es einen 15-px-Border-Radius an allen vier Ecken. Die Schrägen der Seiten werden durch eine Transformation um -10° erzeugt (transform: skewX(-10deg)).

Die Buttons werden zusätzlich mit einem Hover-Effekt versehen.

Hierbei ändert sich bei einem **vollflächigen Button** die Farbe in die jeweils andere Primärfarbe der RadKULTUR. Ist der Button magenta, so färbt er sich beim Überfahren mit der Maus blau. Ist die Ausgangsfarbe des Buttons blau, färbt er sich entsprechend magenta.



Buttons als Outline verändern sich mit dem Hover-Effekt zu einem vollflächigen Button. Die blaue/magenta Outline wird also zur blauen/magenta Fläche, die farbige Schrift wird auf der Fläche weiß dargestellt.



Listen

Für gewöhnliche **Aufzählungslisten** werden Aufzählungspunkte in Magenta verwendet.

Linklisten verwenden für einen direkten Link dagegen ein **Chevron** (kann als SVG-Datei beim Auftraggeber angefragt werden) in Blau oder Magenta.



Aufzählungsliste



Linklisten



Buttons Outline
in Blau oder Magenta

Trennlinie
- zur Abtrennung von Themenbereichen
- Hintergrundfarbe: Magenta
- Strichstärke (Höhe): 2 px

Link
Links werden immer blau markiert

Einfach aufs Rad steigen

Bei der Initiative RadKULTUR des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg dreht sich alles um die Freude am Fahrradfahren im Alltag. Denn egal ob auf dem Weg zur Arbeit, zum Einkaufen oder in der Freizeit: mit dem Rad bewegt man sich schnell und unkompliziert und ist gleichzeitig gesund und umweltfreundlich unterwegs.

Die Initiative RadKULTUR



STADTRADELN

Radeln für ein gutes Klima

Jetzt beim STADTRADELN 2021 dabei sein und gemeinsam Kilometer für das Klima und die Gesundheit sammeln.

Mehr Informationen

Alles rund ums Rad: Der RadKULTUR-Blog



Pendeln



Der RadStar Gaggenau: Gesucht und gefunden



Die RadKULTUR stellt sich vor



Frühling



Netzwerkveranstaltungen



Der RadStar Neckarsulm: Gesucht und gefunden

Die RadKULTUR-Kommunen 2021

Ein vielfältiges und buntes Jahresprogramm rund ums Radfahren erwartet die 17 Städte und Landkreise, die in diesem Jahr die Förderung des Landes im Rahmen der Initiative RadKULTUR erhalten. Noch nie in der Geschichte der Landesinitiative wurden so viele Kommunen gleichzeitig gefördert.

„Die zahlreichen Bewerbungen zeigen einmal mehr: Das Fahrrad ist das Verkehrsmittel unserer Zeit. In immer mehr Kommunen gewinnt der Radverkehr an Bedeutung. Umso schöner, dass wir nun 17 Städte und Landkreise dabei unterstützen können, mit der Initiative RadKULTUR noch stärker fürs Radfahren zu werben“, betont Verkehrsminister Winfried Hermann MdL. „Nachhaltige Mobilität beginnt im Kopf und sollte da nicht enden. Der Bau neuer Radwege bringt nur dann etwas, wenn die Wege auch genutzt werden.“

Das erste Mal erhalten die Förderung im Jahr 2021 die Städte Baden-Baden, Filderstadt, Gaggenau, Hockenheim, Konstanz, Leinfelden-Echterdingen, Sigmaringen, Tuttingen und Villingen-Schwenningen sowie der Landkreis Biberach. Die Landkreise Konstanz, Ludwigsburg und Schwäbisch Hall sowie die Städte Stuttgart, Bühl, Mengen und Neckarsulm konnten sich bereits 2020 über die Unterstützung der Initiative RadKULTUR freuen und können nun daran anknüpfen.

Gemeinsam mit den geförderten Kommunen bietet die Initiative RadKULTUR vielfältige Möglichkeiten, die Attraktivität des Radfahrens vor Ort präsent zu machen.

[Pressemittteilung des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg](#)



Die RadKULTUR Kommunen 2021

Jedes Jahr ist die Initiative RadKULTUR in ausgewählten Gemeinden, Städten und Landkreisen in Baden-Württemberg besonders präsent.



Stuttgart

Unter dem Motto „FAHR RAD in Stuttgart“ fördert die Landeshauptstadt den Radverkehr als Teil einer umweltfreundlichen Mobilitätskultur. 2020/21 tritt Stuttgart wieder gemeinsam mit der Initiative RadKULTUR in

Angebote für Kommunen und Partner

Sie wollen den Radverkehr in Ihrer Kommune, Ihrem Unternehmen oder Ihrer Einrichtung nachhaltig voranbringen?

Dann werden Sie Teil der Initiative RadKULTUR und treten Sie gemeinsam mit uns in die Pedale! Die Erfahrungen in den bisherigen RadKULTUR-Kommunen zeigen: Mitmachen lohnt sich!

Text auf Bild
Steht Text auf Bild, wie beispielsweise ein Titel, wird ein Overlay eingefügt, das das Bild abdunkelt:

- Text: bewegt Display Bold Italic in Weiß
- Schwarzes Overlay mit einer Deckkraft von 45%
- Bild im Hintergrund

63

7.2 Social Media

Im Bereich Social Media dürfen Grafiken etwas freier gestaltet werden – natürlich immer unter der Prämisse, dass die Gestaltung innerhalb der Corporate-Design-Vorgaben liegt. Eine Orientierung, was möglich ist, geben die folgenden Beispiele von bereits umgesetzten Postings.



Cargobike Roadshow



Dankes-Posting



Shareable Aktion PendlerBrezel



Weihnachts-Posting

8. Nebenmarken

8.1 Einführung

Grundsätzlich werden die Nebenmarken der RadKULTUR in zwei große Gruppen unterteilt:

- 1) Landesweite Aktionen und Maßnahmen zur Radverkehrsförderung**
- 2) Lokale sowie sonstige Aktionen und Maßnahmen zur Radverkehrsförderung**

1) Landesweite Aktionen und Maßnahmen zur Radverkehrsförderung

In diese Kategorie fallen Initiativen, Aktionen und Maßnahmen, die vom Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg (VM) maßgeblich inhaltlich, ideell und/oder finanziell unterstützt und auf landesweiter Ebene durchgeführt werden bzw. das ganze Land betreffen.

Der Bezug zur RadKULTUR ist auf thematischer sowie auch auf institutioneller Ebene stark. Beispiele für diese Kategorie sind: AGFK-BW oder RadROUTENPLANER BW.

2) Lokale sowie sonstige Aktionen und Maßnahmen zur Radverkehrsförderung

In diese Kategorie fallen lokale oder sonstige Aktionen und Maßnahmen, die nicht unter der Hoheit des VM laufen (z. B. Kommunikationsaktivitäten von Vereinen und Kommunen). Sie sind unabhängig und werden vom VM nicht wesentlich inhaltlich, ideell und nur gegebenenfalls finanziell unterstützt.

8.2 Landesweit

8.2.1 Logoelemente

Für das Erstellen von Nebenmarken-Logos für landesweite Aktionen und Maßnahmen, die vom VM inhaltlich, ideell und finanziell unterstützt werden, müssen folgende Elemente verwendet werden:



Das stilisierte Fahrrad in Originalfarben

Die Farben Blau und Magenta

8.2.2 Beispiele

AGFK-BW

Das Fahrrad wird als Teil des Logos aufgegriffen, die Farben sind leicht verändert, aber erinnern an die der RadKULTUR.

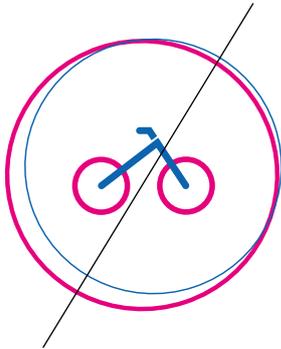


Fahrradfreundliche Schule

verwendet das Fahrrad mit den Farben der Dachmarke. Zusätzlich kommen die Balken in Linienform zum Einsatz.



8.2.2 Nicht gestattete Anwendungen



Es dürfen keine Elemente der Hauptmarken eingesetzt werden, außer jene, die in diesem Kapitel explizit zugelassen sind.



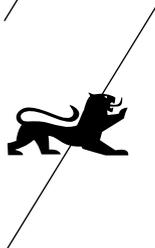
Die Schrift Garamond Amsterdam (Hausschrift des Ministeriums für Verkehr) darf nicht verwendet werden.



Die Logos der Nebenmarken dürfen keine starken Ähnlichkeiten mit den Logos der Untermarken aufweisen.



Das Fahrrad-Symbol darf nicht in seiner Form verändert oder verzerrt werden. Lediglich die Farben dürfen angepasst werden.



Die Löwinnen dürfen nicht verwendet werden. Auch nicht in abgewandelter Form.

8.3 Lokale / sonstige Marken

8.3.1 Elemente



Im Unterschied zu den landesweiten Nebenmarken (**Kapitel 5.2**) darf bei Nebenmarken für lokale und sonstige unabhängige Engagements nur das Fahrrad-Symbol verwendet werden.



8.3.2 Nicht gestattete Anwendungen

Zusätzlich zu den nicht gestatteten Anwendungen aus dem vorherigen Kapitel (**Punkt 5.2.3**) ist es nicht gestattet, das Fahrrad-Symbol in den Farben der RadKULTUR zu verwenden.

8.3.3 Beispiele

Monnem Bike

Dieses Logo basiert stark auf dem Corporate Design der Stadt Mannheim. Um den Bezug zur RadKULTUR in Baden-Württemberg zu stärken, wurde das Fahrrad-Symbol im Logo integriert.



9. Anwendungsbeispiele

Nachfolgend ist ein Auszug der bisherigen Anwendungsbeispiele dargestellt.

9.1 Printmaterialien



Plakat



Radbonusaktion
Einkufen mit dem Rad

in Bühl

1. Juli bis 31. August 2021

Radstempel sammeln und gewinnen!

Teilnahmebedingungen und weitere Infos unter: www.radkultur-bw.de/buehl

Viel Spaß beim Einkufen mit dem Rad!

der Bühler Innenstadt statt.

Voraussetzung für die Teilnahme an der Verlosung sind **zehn Stempel** auf der Bonuskarte. Die Ziehung findet am Samstag, 18. September 2021, um 11 Uhr in der Bühler Einzelhandelsgemeinschaft BfNA im Wert von bis zu 100 Euro.

Bedingung: Der Fahrradhelm muss vorgezeigt werden oder aber das Fahrrad muss vom Geschäft aus sichtbar sein. Nach Abschluss der Aktion verlost die Stadt Bühl 30 Gutscheine einzukufen, im dafür vorgesehenen Feld einmalig einen Stempel auf diese Bonuskarte. Kunden erhalten, wenn sie mit dem Rad in einem der teilnehmenden Geschäfte beladen, Aufsätze, direkt vor das Geschäft fahren und gratis parken, Kundinnen und Schwingen. Bei der Radbonusaktion vom **1. Juli bis 31. August 2021** wird es obendrein Mit dem Rad zum Einkufen fahren, macht gute Laune und bringt den Körper in Einkufen mit dem Fahrrad - das lohnt sich in Bühl in diesem Sommer sogar doppelt.

Radstempel sammeln und gewinnen!

Für die Teilnahme am Gewinnspiel bitte ausfüllen

Name

Adresse

E-Mail-Adresse

Telefon-Nummer

Teilnahmebedingungen: Alle Angaben sind freiwillig und werden lediglich für die Auswertung und die Preisverteilung benötigt. Die Weiterverwendung zu Werbezwecken ist ausgeschlossen.

Bitte geben Sie diese Bonuskarte nach Ende der Aktion beim Bürger-Service-Center im Rathaus 2 ab. Im Falle eines Gewinns werden Sie benachrichtigt. Weitere Bonuskarten gibt es im Bürger-Service-Center, in den teilnehmenden Geschäften sowie online unter www.radkultur-bw.de/buehl.

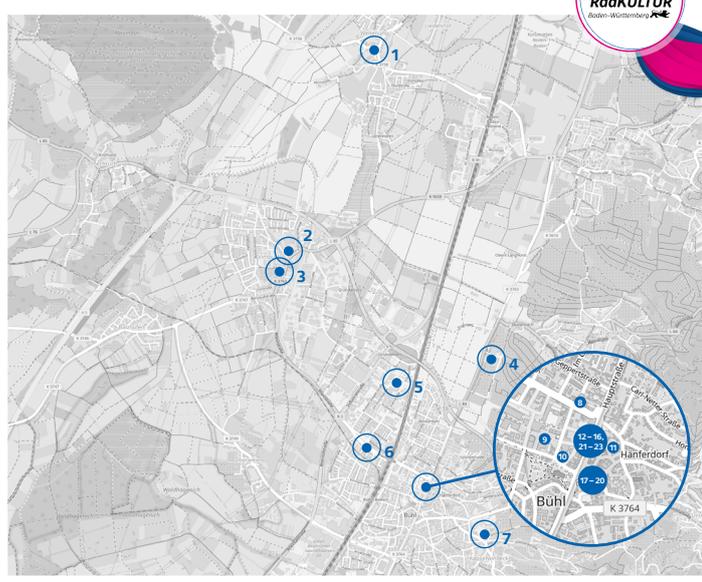
Kostenloser Boxenstopp!

An den RadService-Punkten in Bühl können Sie Ihr Fahrrad kostenlos wieder in Schuss bringen. An den Reparatursäulen finden Sie verschiedene Werkzeuge wie Inbusschlüssel oder Schraubendreher sowie eine Luftpumpe für alle gängigen Ventile. Die Standorte: Rathaus 2, Schwarzwaldbad und Trottenplatz in Eisental. Wir wünschen gute Fahrt!



Stempelstellen

Radbonusaktion in Bühl



Stempelfelder:		
1 Sparkasse Bühl – Filiale Wölltenung Fremersbergstraße 2a	7 Sparkasse Bühl – Filiale Kappelwindeck Klotzbergstraße 1	13 AUST Fashion Hauptstraße 57
2 Sparkasse Bühl – Filiale Vimbuch Sandbachstraße 1	8 Leutner Kreativ - Garten – Zoo Rheinstraße 16	14 Fensch Modehaus Hauptstraße 54
3 Hotel Restaurant Kohlers Engel Vimbucher Straße 25	9 Sparkasse Bühl – Hauptstelle Sparkassenplatz 1	15 Cult Fashion Hauptstraße 52
4 Affentaler Winzer eG Betschgräberplatz 1	10 Oberföll Raumausstattung Eisenbahnstraße 10A	16 Böckeler Confiserie- und Kaffeehaus-Betriebe Hauptstraße 43
5 Cum Natura Imkergut Am Froschbächle 17	11 ALDI Süd Johannes-Passage 8	17 Bacino Fashion Schwanenstraße 3
6 Bürohaus Feuerstein Prälat-Fischer-Straße 2	12 Oslander Buchhandlung Hauptstraße 62	18 Parfümerie Niendorf Schwanenstraße 2+9
19 Knopf Bad(e)oase Schwanenstraße 12	20 Dreikäsehoch, Käse-Öle-Feinkost Schwanenstraße 13	21 Gecco Geschenke Café Hauptstraße 38
22 Kaufhaus Peters Hauptstraße 35	23 Link Optik Uhren Schmuck Hauptstraße 20	

9.2 Werbemittel

Beispiele bereits produzierter Werbemittel. Der Reflektor-Sticker ist als Beispiel anzusehen, wie das Logo leicht abgeändert als Smiley gestaltet Anwendung findet.



Fahrradklingel



Reflektor-Sticker



Sicherheitsweste



Baumwolltaschen



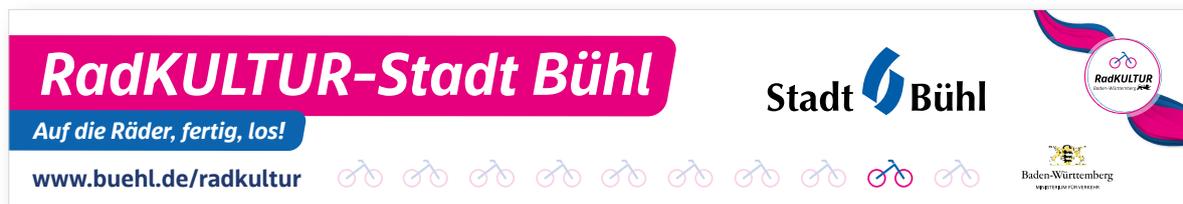
Schlauchschal

9.3 Sonstige



Fahnen und Beachflags

Banner



9.4 Online



Startseite Website

Herausgeber

Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg
Dorotheenstraße 8
70173 Stuttgart



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR VERKEHR

Die Initiative RadKULTUR wird durchgeführt von der

NVBW - Nahverkehrsgesellschaft
Baden-Württemberg mbH
Wilhelmsplatz 11
70182 Stuttgart

Verantwortlich für den Inhalt

NVBW mbH
Fuß- und Radverkehr
Telefon +49 711 23991-0
info@nvbw.de



Nahverkehrsgesellschaft
Baden-Württemberg mbH | 

Konzept, Gestaltung und Redaktion

die wegmeister gmbh, Stuttgart
kontakt@radkultur-bw.de