Styleguide Fernsehen

Logos
Fläche
Animation
Schriften
WDR in der ARD
Farben

Das Design WDR Fernsehen On-Air

Das Fernsehdesign greift die grundlegende Ausrichtung und Formensprache des WDR Corporate Design auf.

Dabei wird das Design um eigenständige fernsehspezifische Ausdrucksformen erweitert und kontinuierlich fortgeschrieben.

Ziel des Corporate Design WDR Fernsehen ist die Stärkung der Marke und seiner journalistischen Kernwerte, die neben der Funktionalität die bestimmende Grundlage des Auftritts bilden.

Dieser Styleguide stellt die grundlegenden Gestaltungsregeln des Erscheinungsbildes WDR Fernsehen vor und zeigt beispielhaft Umsetzungen und Darstellungsformen für die unterschiedlichen Anwendungsbereiche und Anforderungen auf dem Bildschirm.

Die Übertragung grundlegender Gestaltungsregeln des WDR Corporate Design stellt die Nähe des Erscheinungsbildes WDR Fernsehen zum Unternehmen sicher – trotz eigenständiger Designelemente wie der exklusiven Schriftfamilie WDR TV.

Um einen eindeutigen wieder erkennbaren Auftritt des gesamten Unternehmens WDR zu gewährleisten, beachten Sie bitte in jedem Fall auch die generell gültigen Gestaltungsrichtlinien im WDR Corporate Design Manual.

Immer auf dem aktuellen Stand sind die Logos und Informationen zum WDR Corporate Design im Internet: www.wdrdesign.de

Fragen zum Design WDR Fernsehen richten Sie bitte an michael.freiwald@wdr.de

Wenn Sie Fragen zum WDR Corporate Design haben, wenden Sie sich bitte an volker.rapsch@wdr.de

Ein Passwort für den Zugang zum WDR Design-Server bekommen Sie hier

WDR Öffentlichkeitsarbeit · 50600 Köln · Fax +49 (0)2 21 220 62 65

Auf dem Bildschirm wird das WDR Logo in zwei Varianten eingesetzt, als freistehende Wortmarke WDR und in Kombination mit der blauen Winkelfläche.

WDR®

WDR®

Der Blauton ist definiert	R	G	B
Paintbox	8	29	137
Schriftgenerator	8	29	137
MAC (Video Farbraum)	22	41	136
MAC (Mac Farbraum)	7	29	140

Print Sonderfarbe	Pantone 293
Print CMYK	100 C, 60 M
DIN	RAL 5005

Das Produktlogo WDR Fernsehen für Printmedien wird auf dem Bildschirm nicht eingesetzt.

Als Kennung für WDR Fernsehen wird in allen Anwendungsformen auf dem Bildschirm grundsätzlich die freistehende Wortmarke WDR in weißem Schriftbild verwendet.
Sie kennzeichnet also den Auftritt der Marke in allen programmübergreifenden Gestaltungsformen wie Programmtrailern, Eigenpromotion oder Station-IDs.

Als Senderkennung ist die Wortmarke in der oberen linken Bildschirmecke ohne die ARD-Trademark ① positioniert.
Technisch erfolgt dies über einen Schriftensetzer in der Sendestraße.

Auch bei Logo-Gestaltungen mit WDR als Titel-Bestandteil wird grundsätzlich die Wortmarke ohne die ARD-Trademark ① verwendet. In allen Copyright-Darstellungen steht zugleich das Unternehmenslogo für die Marke WDR Fernsehen.

In Abstimmung mit dem Justiziariat wird damit bewusst das Unternehmen WDR als verantwortlicher Programmhersteller herausgestellt.

Die Farben des WDR-Farbklimas werden prinzipiell auch im Screen-Design für das WDR Fernsehen angewendet.

Die Grundfarben sind ausgehend von den jeweiligen Basisfarben abgestuft.

In der Bildgestaltung wird im Normalfall jede Grundfarbe durch eine weitere Farbe als Kontrast oder zur Akzentuierung ergänzt.

Pantone 293, die primäre Hausfarbe des WDR, kann bewusst in erscheinungsbildrelevanten Darstellungsformen eingesetzt werden, wobei der Farbton in seiner eindeutigen Definition nicht verändert werden darf. Insbesondere über die Schriftzusätze sollte in der Bildgestaltung zumindest ein Anteil Weiß eingebracht werden.

Grafische Bildgestaltungen sind grundsätzlich auf zwei Farbstimmungen reduziert. Drei oder mehr Farben entsprechen nicht dem Auftritt des WDR Fernsehens.

Pantone 293

Pantone 108

296
284
368
356
175
202
1795
Red 032
143
134

Seit September 2003 steht eine, exklusiv für den On-Air-Einsatz geschnittene Schriftfamilie, WDR TV, zur Verfügung.

Sie greift charakteristische Merkmale der Meta auf und ist sowohl mit den Meta-Schriften wie mit der Wortmarke WDR kombinierbar.

Die Schriftfamilie WDR TV wird als Hausschrift von WDR Fernsehen auf dem Bildschirm in allen erscheinungsbildrelevanten Darstellungsformen wie Programmtrailern, Eigenproduktion, Station-ID's sowie Standardsendungen bevorzugt eingesetzt.

WDR TV Roman

WDR TV Medium

WDR TV Bold

WDR TV Italic

WDR TV Medium Italic

WDR TV Bold Italic

WDR TV Condensed Roman

WDR TV Condensed Bold

WDR TV Slab Roman

WDR TV Slab Bold

In begründeten Ausnahmefällen können bei inhaltlich geprägten Gestaltungslösungen im Sinne illustrativer Typografie andere Schriften eingesetzt werden.

Die bewusste Eingrenzung der formalen Vielfalt als grundlegendes Gestaltungsprinzip des WDR Corporate Design legt auch beim Fernsehauftritt einen klaren Bildaufbau und flächige Bildgestaltung nahe.

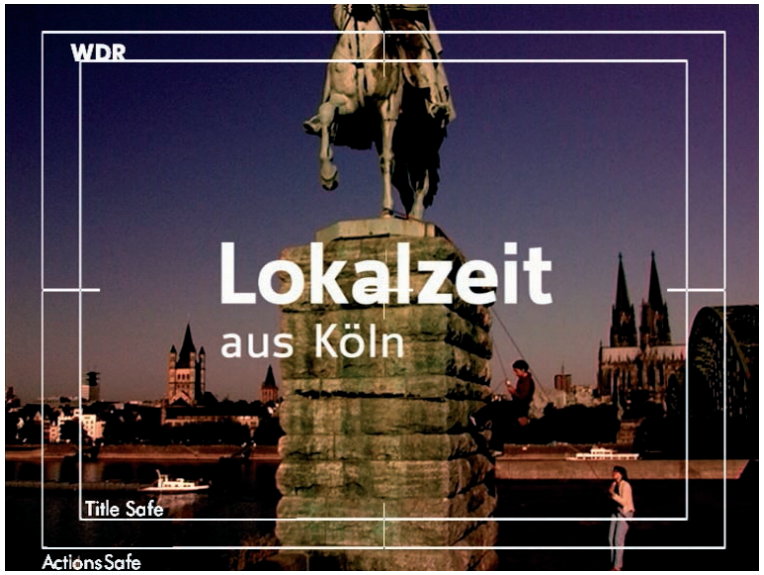
Ein bewusstes Gestaltungprinzip ist dabei die Platzierung prägender Gestaltungselemente wie Logo, Sendungstitel etc. in der Bildmitte.

Mit dieser formalen Reduktion unterstützt der Bildschirmauftritt die Nähe der Marke WDR Fernsehen zum Gesamtbild des Unternehmens und unterstreicht Markenwerte wie Klarheit, Eindeutigkeit und Reduktion.

Der klare Bildaufbau eröffnet Gestaltungsfreiräume für eine den programmlichen Anforderungen entsprechende assoziative Bildsprache, deren Gewicht auf der Umsetzung der programmlichen Inhalte liegt.

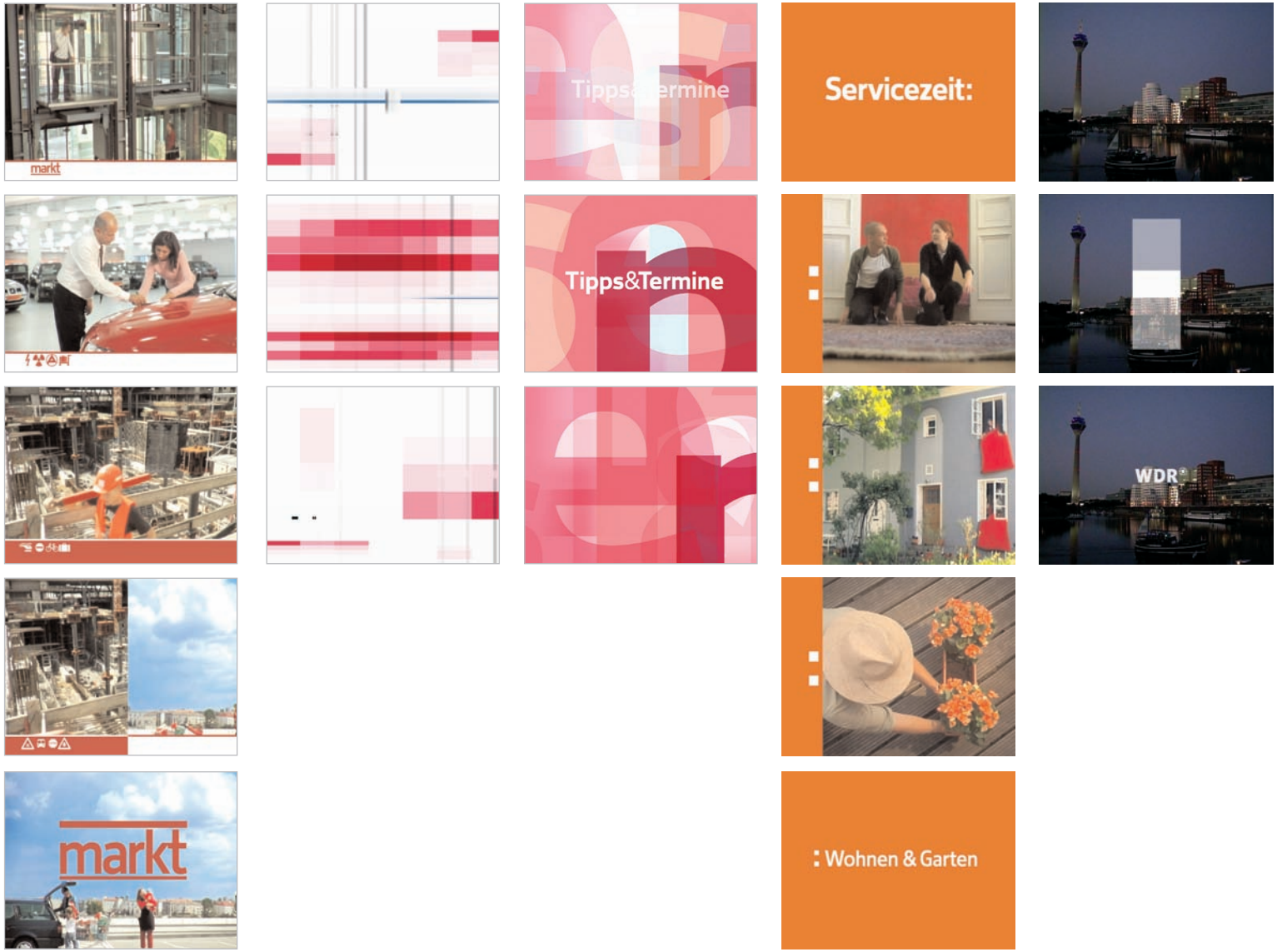
Als gestaltungsrelevante Fläche auf dem Bildschirm ist der verzerrungsfreie Bereich innerhalb der 15 % Safe-Title-Cash-Begrenzung definiert.

Auch für Bildschirmanwendungen kann das Rasterprinzip des WDR Design zur Flächenaufteilung zugrunde gelegt werden.



Die Animationsprinzipien sollen der Gesamtgestaltung entsprechen und dabei die formale Bildgestaltung adäquat und dynamisch unterstützen.

Sie sollten dabei die aus dem WDR Corporate Design abgeleiteten Grundformen und formalen Gestaltungsprinzipien wie Flächigkeit, Rechtwinkligkeit und Reduktion aufgreifen. Insbesondere das bewusste Zusammenspiel der reduzierten und klaren Grundformen und das Prinzip der Mittigkeit eröffnen der Animation ein ausdrucksstarkes Vokabular für eine assoziative oder abstrahierende Umsetzung der jeweiligen Inhalte.



In Kombinationen mit der ARD-Trademark wird die Wortmarke WDR verwendet.

Kombination von zwei Senderlogos bei gemeinschaftsfinanzierten Coproduktionen der ARD.

Bei Coproduktionen von drei oder mehreren ARD-Anstalten werden die Sender gleichwertig mit ihren Kürzeln aufgelistet. Auf individuelle Logos wird verzichtet.

Westdeutscher Rundfunk Köln
Redaktion: Petra Ohnmacht
WDR On-Air-Design: Michael Freiwald
WDR Corporate Design: Volker Rapsch
Manualdesign: IdeenMacht Jochen Riedel
Februar 2006