



LOGO VERWENDUNG

WORT BILD MARKE UND WORTMARKE

Das Logo der Mediale-2026 zu Hamburg ist Grundbaustein des Erscheinungsbildes und primäres grafisches Erkennungszeichen der Veranstaltung.



1-Primärer Hintergrund

Das Logo wird primär auf dem gelbem (#ffe500) Hintergrund platziert und verwendet.



2-Zulässige Alternative

Wenn ein gelber Hintergrund aus technischen oder gestalterischen Gründen nicht möglich ist, darf das Logo auf weißem Hintergrund (#FFFFFF) platziert werden.

2-Logo und Wortmarke

Das Logo darf allein oder mit Ergänzung durch den Claim „Dein kreativer Playground“ eingesetzt werden.



3-Positiv- oder Negativversion

Wenn weder gelb noch weiß als Hintergrund einsetzbar sind, darf das Logo wie folgt erscheinen:

Positivversion: Originalfarben auf dunklem oder neutralem Hintergrund.

Negativversion: Logo in Weiß auf dunklem Hintergrund.

Voraussetzung ist stets ein ausreichender Kontrast zur optimalen Lesbarkeit.



LOGO VERWENDUNG

SCHUTZZONENUNG

Die Schutzzone schützt die Lesbarkeit und Wirkung des Logos in allen Anwendungen. Als Grundlage dient die halbe Höhe eines definierten Glyphs aus der Wortmarke.

1- Konstante Anwendung des Referenzmaßes:

Die Schutzzone verläuft gleichmäßig um das Logo – unabhängig davon, ob der Claim enthalten ist oder nicht.

2- Keine Überlagerung durch Gestaltungselemente:

Texte, Bilder, Linien oder andere grafische Elemente dürfen nicht in den definierten Schutzbereich hineinragen.

3- Umlaufender Mindestabstand:

Die Schutzzone ist der Mindestabstand der immer eingehalten werden muss. Das Logo darf aber auch mehr Abstand zu anderen Elementen haben, je nachdem wie es die Gestaltung her gibt.

*Befindet sich das Logo innerhalb eines Containerelements, wird es entsprechend der vordefinierten Innenabstände (Padding) des Containers skaliert und positioniert. Dabei darf der Innenraum des Containers nicht überschritten werden.



MINIMALGRÖßE

Damit die Erkennbarkeit des Logos, der Wortmarke und der Kombinationsformen stets gewährleistet ist und die Schrift gut lesbar bleibt, gelten folgende Mindesthöhen:

1- Ab 40 mm Höhe (inklusive Schutzzone):

Verwendung des vollständigen Logos mit Claim.

2- Zwischen 10 mm und 40 mm Höhe:

Nur das Logo ohne Claim wird eingesetzt, um Lesbarkeit sicherzustellen.

Unter 10 mm Höhe:

Verwendung des Isotops (Markenzeichen ohne Schrift), da Schriftgrößen sonst nicht mehr erkennbar sind.



WORTMARKE

Die Wortmarke ist ein eigenständiges Gestaltungselement der visuellen Identität und kann in direktem Zusammenhang mit dem Logo oder flexibel in der Gestaltung verwendet werden.

DEIN
KREATIVER
PLAYGROUND

1- Logo mit Claim – Feste Anwendung

Bei der Verwendung des Logos mit Claim handelt es sich um eine feste Einheit. Größe, Position, Abstand und Typografie dürfen nicht verändert werden. Anpassungen an Layout oder Format sind nicht zulässig.

Mediale
DEIN
KREATIVER
PLAYGROUND

2-Flexible Anwendung ohne Logo

In gestalterischen Ausnahmen darf die Farbe der Wortmarke angepasst werden, sofern sie harmonisch zur Gesamtgestaltung passt, der Kontrast ausreichend ist und die Markenidentität gewahrt bleibt. Erlaubt sind nur Farben innerhalb der definierten Markenpalette.

*Magenta + Lila ist unzulässig – zu wenig Kontrast.

3-Skalierung

Die Skalierung erfolgt proportional und lesbar

4-Flexible Anwendung ohne Logo

Querformat (z. B. Visitenkarte): Hier kommt bevorzugt die horizontale Logo-Variante zum Einsatz, um sich harmonisch in das Layout einzufügen.

Hochformat (z. B. Briefpapier, Plakat): In vertikalen Formaten wird die Logo-Variante für Hochformate verwendet, um ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Fläche und Markenpräsenz zu gewährleisten.



DEIN KREATIVER
PLAYGROUND

DEIN
KREATIVER
PLAYGROUND

TYPOGRAFIE

DIE RICHTIGE SCHRIFT FÜR JEDE FUNKTION.

Die Typografie prägt den Charakter der Marke. Sie verbindet Wiedererkennbarkeit mit klarer Kommunikation – flexibel zwischen Ausdruck und Funktion. Je nach Anwendungsformat – ob Print oder Digital –

passt sich die Typografie in Größe, Zeilenabstand und Gestaltung an, um optimale Lesbarkeit und Wirkung zu gewährleisten. In diesem Dokument werden zwei Hauptformate berücksichtigt:

Druck (DIN A4):

Für klassische Printmedien mit fester Seitenstruktur und CMYK-Farbprofil

Lacquer

123456789
.;'!%&/()=?

ABC

Lacquer Regular

Anwendung: Überschrift-1

Schriftschnitt: Regular

Schriftgröße: 45pt | 42,56

Anwendung: Überschrift-2

Schriftschnitt: Regular

Schriftgröße: 17pt | 20,4pt

*Nicht für lange Texte oder als Flächenfarbe verwenden

*Immer als kleinbuschtaben schreiben.

Rubick

123456789
.;'!%&/()=?

Aa

Rubik Semibold

Anwendung: Überschrift 3

Schriftgröße: 13pt | 11pt

Rubik Semibold

Anwendung: Überschrift 4

Schriftgröße: 9pt | 10,2pt

Rubik Regular

Anwendung: Fließtext

Schriftgröße: 8pt | 9,6pt

Rubik Regular

Anwendung: Auszeichnung

Schriftgröße: 6pt | 7,2pt

Mediale-2027

123456789
.;'!%&/()=?

abc

Mediale-2027 Regular

Anwendung: Datum

Schriftschnitt: Regular

Kernin: -50pt

Schriftgröße: 55pt | 42,56pt

Mediale-2027 Regular

Anwendung: Zahlen

Schriftschnitt: Regular

Kernin: -50pt

Schriftgröße: 20pt | 24pt

*Nicht für lange Texte oder als Flächenfarbe verwenden

*Die Schriftgröße hängt vom darauffolgenden Inhalt ab.

Digital (1440px Breite):

Für Web-Anwendungen mit flexiblen Layouts und responsivem Verhalten auf unterschiedlichen Bildschirmgrößen

Lacquer

123456789
.;'!%&/()=?

A B C

Lacquer Regular

Anwendung: Überschrift-1

Schriftschnitt: Regular

Schriftgröße: 58px | 62px

Anwendung: Überschrift-2

Schriftschnitt: Regular

Schriftgröße: 42 px | 42px

*Nicht für lange Texte oder als Flächenfarbe verwenden

*Immer als kleinbuschtaben schreiben.

Rubick

123456789
.;'!%&/()=?

A a

Rubik Medium

Anwendung: Überschrift 3

Schriftgröße: 24px | 28px

Rubik Regular

Anwendung: Fließtext

Schriftgröße: 18px | 24px

Rubik Regular

Anwendung: Card-text

Schriftgröße: 16px | 21px

Mediale-2027

123456789
.;'!%&/()=?

a b c

Mediale-2027 Regular

Anwendung :Zahlen

Schriftschnitt: Regular

Kernin: -50pt

Mediale-2027 Regular

Anwendung :Text-button

Schriftschnitt: Regular

Schriftgröße: 36px | 39px

Kernin: -7%

Mediale-2027 Regular

Anwendung :Highlights

Schriftschnitt: Regular

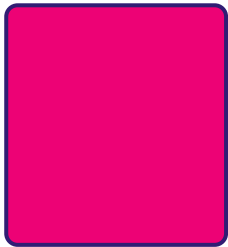
Schriftgröße: 21 px | 26 px

Kernin: -7%

FARBAUSWAHL

FARBE ALS STIMME DER MARKE.

Die Farbe prägt den Charakter der Marke. Sie verbindet Wiedererkennbarkeit mit emotionaler Wirkung – flexibel zwischen Ausdruck und Harmonie.



Primärfarbe

CMYK: 0/100/22/0
RGB: 215/0/127
HEX: #D7007F

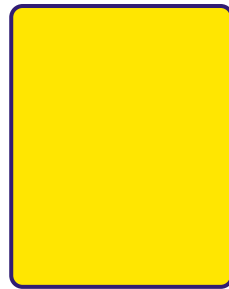
Einsatz: Key visual
, Akzentelemente,
Icons.



Primärfarbe

CMYK: 92/100/0/27
RGB: 58/34/130
HEX: #3a2282

Einsatz: Fließ-
text typographie,
grafiker.



Sekundärfarbe

CMYK: 0/5/100/0
RGB: 255/229/0
HEX: #ffe500

Einsatz: Hintergr-
und buttons.



NeutralFarbe

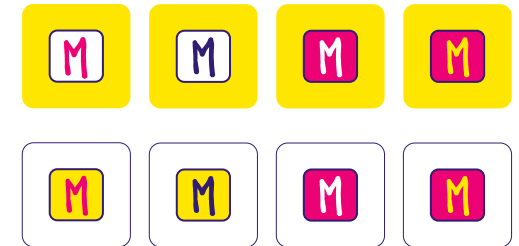
CMYK: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255
HEX: #FFFFFF

Einsatz: Alterna-
tiver Hintergrund,
wenn Gelb nicht
möglich ist

HARMONISCHE FARBKOMBINATIONEN

Die möglichen Kombinationen sind in diesem Styleguide illustrativ dargestellt, um eine konsistente und harmonische Anwendung sicherzustellen.

Einsatz: Kombina-
tion im Container
elementen plus
Typografie und
Kontur



Einsatz: Kombina-
tion im Container
elementen plus
Typografie



ELEMENTE

CONTAINERELEMENTE

Die Gestaltung der Eckenrundungen und Innenabstände folgt einem systematischen Raster, das auf den Größen der Containerelemente basiert. So wird sichergestellt, dass Inhalte wie Text und Bild konsistent, klar und visuell ausgewogen positioniert sind. Zusätzlich wurden vier Standardformate für Containerelemente definiert, um eine einheitliche Gestaltung über alle Anwendungen hinweg zu gewährleisten:

Small (S): Formate von Visitenkarte bis A5 – geeignet für kompakte Inhalte und kleine Printmedien

Medium (M): Formate von A4 bis 4A – ideal für reguläre Inhalte in digitalen und gedruckten Anwendungen

Large (L): Formate von A2 bis A4 – verwendet für plakative Inhalte, großzügige Layouts oder Präsentationen

Digital (D): Flexible Bildschirmformate (z. B. 1920×1080px, 1440×900px) – speziell für responsive Web- und App-Designs optimiert, unabhängig von klassischen Papiergrößen

* Der vertikale Abstand zwischen zwei Textelementen innerhalb eines Containers entspricht der Hälfte des definierten Innenrahmens.

Diese Formatkategorien bilden die Grundlage für konsistente Layoutentscheidungen im gesamten Projekt – sowohl im Print- als auch im Digitalbereich.

Large

Strichstärke, Kontur & Abrundung:

Strichstärke: 3 pt

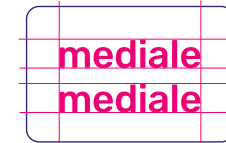
Abrundung: 10 mm

Kontur ausrichten: Innen

Kontur-Enden: Round Cap

Innenrahmen: 8mm | Plakat

Innenabstand innerhalb des Containers:
4mm



Small

Strichstärke, Kontur & Abrundung:

Strichstärke: 1,25 mm

Abrundung: 1.5mm

Kontur ausrichten: Innen

Kontur-Enden: Round Cap

Innenrahmen: 3mm | Visitenkarte



Medium

Strichstärke, Kontur & Abrundung:

Strichstärke: 1.5 pt

Abrundung: 2mm

Kontur ausrichten: Innen

Kontur-Enden: Round Cap

Innenrahmen: 2mm | Programmhelfer

Innenabstand innerhalb des Containers:
Definierte Grundlinie raster



*Digital

Strichstärke, Kontur & Abrundung:

Strichstärke: 2px

Abrundung: 16 px

Kontur ausrichten: Innen

Kontur-Enden: Round Cap

Innenrahmen: 24px ; 12px | Web



ELEMENTE

GRID-SYSTEM & CONTAINERPLATZIERUNG

Das Grid bildet die strukturelle Basis für alle Layouts – sowohl im Print als auch im digitalen Raum. Es dient zur Positionierung von Containerelementen, zur Definition von Abständen und zur Sicherstellung einer konsistenten Gestaltung.

Spaltenraster (Column Grid)

Alle Layouts basieren auf einem mehrspaltigen Raster. Die Containerelemente richten sich in Breite nach der Anzahl belegter Spalten.

Containerhöhe & Innenabstand

Die Höhe der Container ergibt sich automatisch durch den Inhalt.

Der Innenabstand (Padding) folgt dem zuvor definierten Raster je nach Containergröße (S, M, L, D).

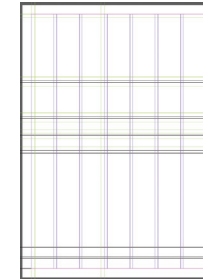
Dadurch wird gewährleistet, dass Texte und Bilder korrekt ausgerichtet und visuell ausgewogen platziert sind.

Vorteile des Systems

Flexible Anwendung auf verschiedenen Formaten

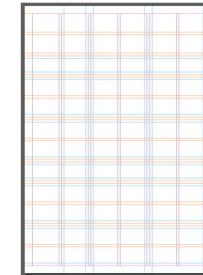
- Einheitliche Ausrichtung von Elementen
- Klare visuelle Hierarchie
- Effiziente Umsetzbarkeit in responsiven Designs

***Für jedes Format wurde ein spezifisches Spaltenraster mit definiertem horizontalem Abstand entwickelt. Der vertikale Abstand wird manuell anhand des Containerelements und seines Inhalts festgelegt – dabei ist stets der vorgegebene horizontale Abstand zu respektieren.**



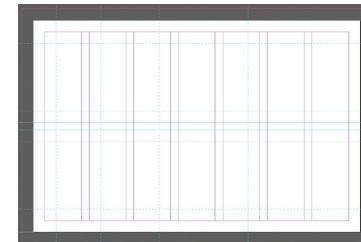
Large

Grid Spalten: 7
Horizontaler Gap: 4mm
Vertikale Gap: 4 mm
Margin: 20 mm



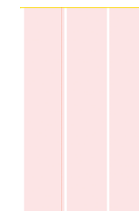
Medium

Grid Spalten: 6
Grid Zeilen: 12
Horizontaler Gap: 4mm
Vertikale Gap: 4 mm
Margin: 20 mm



Small

Grid Spalten: 7
Horizontaler Gap: 2mm
Vertikale Gap: 2 mm
Margin: 3 mm



*Digital

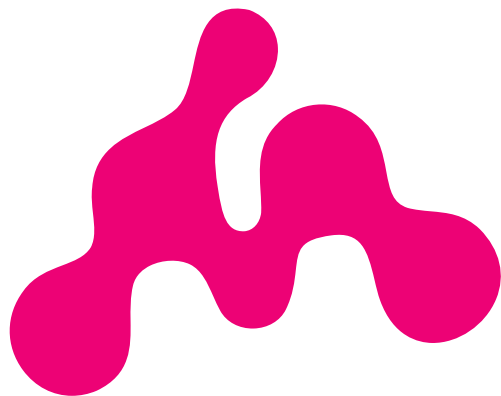
Grid Spalten: 3
Horizontaler Gap: 20px
Margin: 40 mm

KEY VISUAL & MARKENBUCHSTABEN

„M“ VON MEDIALE

Das Key Visual besteht aus der organischen „m“-Form, die sich zentral in der Komposition positioniert. Sie ist Teil des Logos und gleichzeitig ein prägendes grafisches Element der Markenidentität. Die weiteren Buchstaben („ediale“) begleiten das Key Visual stets als Teil des Erscheinungsbildes, aber mit eigenständiger Funktion im Raum.

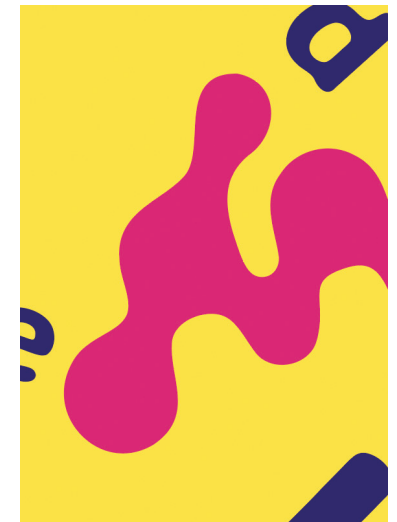
Diese Buchstaben bewegen sich spielerisch innerhalb des Formats, teilweise über den Rahmen hinaus – sie sind nie vollständig sichtbar, sondern wirken dynamisch und lebendig im Hintergrund.



Gestaltungsprinzipien

- Die „m“ fungiert als zentrales Key Visual.
 - Die restlichen Buchstaben („ediale“) gelten als grafische Elemente, nicht als reiner Schriftzug.
 - Hintergrundfarbe bleibt konstant: Gelb.
 - Alle Elemente (Key Visual + Buchstaben) interagieren frei im Raum, bilden aber immer ein harmonisches Zusammenspiel.
 - Die Buchstaben orientieren sich am Format, nicht an einem festen Raster.
- Key Visual und Buchstaben dürfen skaliert, aber nicht verzerrt oder gestaucht/gestreckt werden.

ediale
ediale



BILDSPRACHE

BILDER

Die Bildwelt folgt einem einheitlichen visuellen Prinzip, das den Charakter der Marke unterstützt und die Wiedererkennbarkeit stärkt:

- Der Hintergrund besteht aus Flächen in Markenfarben
- Bilder werden freigestellt und konturiert dargestellt
- Ein subtiler Schlagschatten verleiht Tiefe und hebt das Motiv vom Hintergrund ab



*Die Farbauswahl richtet sich nach den oben definierten Farbkombinationen

ICONS

ICON-STILE & INTERAKTION

Im System werden zwei unterschiedliche Icon-Stile verwendet – jeweils mit spezifischer Funktion und Wirkung:

1. Cursor-Icons (Touchpoints)

Diese Icons symbolisieren Interaktion, Bewegung und Navigation – insbesondere in digitalen Räumen.

- Drag & Drop Cursor: vergrößert dargestellt beim Ziehen interaktiver Elemente
- Pfad-Cursor: bewegt sich durch Raum oder Interface – steht für digitale Führung
- Im Print: Cursor-Elemente dienen als Blickführung, um z. B. auf einen Call-to-Action hinzuweisen oder Leser*innen visuell zu leiten

2. Aktions-Icons (CTA)

Diese Icons stehen für klickbare, aktivierende Elemente (z. B. Social-Media-Symbole, Buttons).

- Verwendung: in Interfaces, Fußzeilen, Navigation
- Immer in Markenfarben und innerhalb einer definierten Box
- Optional animiert oder mit Hover-Zustand in Digitalanwendungen

Gestaltungshinweise:

- Alle Cursor und Icons folgen dem Farbsystem und Stil des Designs
- Die Größe und Position richtet sich nach der Funktion – Interaktion = prominenter
- Im Web: CSS-basierte Interaktivität, Animation möglich
- Im Print: statisch, aber dynamisch ins Layout eingebunden

