



WIRTSCHAFTSJUNIOREN  
DEUTSCHLAND

**Design Manual**

**Wirtschaftsjunioren**

**Deutschland**

# Inhalt

03	Einleitung
06	Logo
08	Gestaltungsraster
12	Gestaltungselemente
15	Schrift
22	Farben
25	JCI
28	Anwendungsbeispiele

# Wir Wirtschaftsjunioren

Das sind rund 10.000 Unternehmer und Führungskräfte unter 40 Jahren. Wir sind global vernetzt und als größtes Netzwerk junger Wirtschaft in Deutschland mit rund 215 Mitgliedskreisen vor Ort präsent.

„Wer bei uns mitmacht, engagiert sich im Beruf und will darüber hinaus auch etwas bewegen.“

Mit unserem wirtschaftspolitischen und gesellschaftlichen Engagement übernehmen wir Verantwortung für die Zukunft und geben der jungen Wirtschaft eine Stimme. Wir fördern den Austausch und die Entwicklung junger Unternehmer und Führungskräfte.

Wir sind die junge Wirtschaft.



**Wirtschaft,  
die mehr schafft.**



**Paul, 32**

Gründer einer wachsenden Softwareagentur in Freiberg, weltoffen, junger Vater, Machertyp, Netzwerker, möchte ehrenamtlich Projekte auf die Beine stellen, sich politisch engagieren, um Probleme zu lösen, in mehreren Vereinen lokal aktiv



**Claudia, 36**

Nachfolgerin im Familienunternehmen in Ostwestfalen mit 200 Mitarbeitern, traditionsverbunden mit hoher regionaler Identifikation, kommunalpolitisch engagiert, eher konservativ, erfolgreich, beruflich ambitioniert, Golferin, möchte sich mit anderen Unternehmern und Nachfolgern zu Herausforderungen im Business austauschen und netzwerken



**Stefan, 28**

ledig, Führungsposition im Marketing in Konzern, München, neu in der Stadt, möchte neue Leute kennenlernen und eine gute Zeit mit Leuten verbringen, die wie er ticken, sich außerhalb des Jobs beweisen

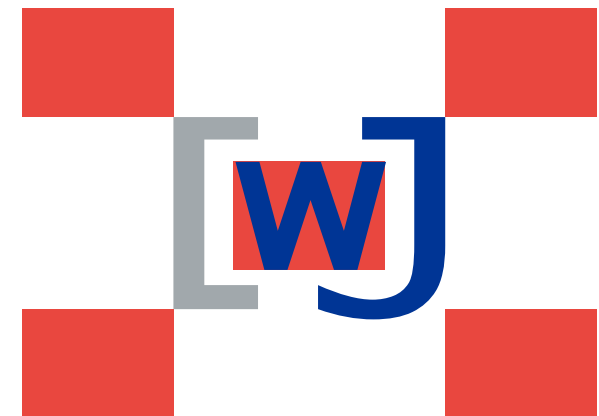


Wort-Bildmarke



Bildmarke

Der Schutzraum der Wortbildmarke definiert den **Mindestabstand** von anderen Gestaltungselementen (wie z.B. Überschriften oder andere Logos) und basiert auf der Grundfläche des „Ws“ in der Bildmarke (im Schaubild rot markiert).



Sämtliche Medien bauen auf dem rechts aufgeführten Gestaltungsraster auf.

Dazu zählen z.B:

- \_ Deckblätter
- \_ Cover
- \_ Plakate
- \_ (Online-) Grafiken

Quadrat - 148 mm x 148 mm

1/6

3/6

DIN A4 - 297 mm x 210 mm

4/12


6/12

DIN Lang - 297 mm x 210 mm

1/12

3/12

6/12



WIRTSCHAFTSJUNIOREN  
DEUTSCHLAND

PROJEKTLOGO




WIRTSCHAFTSJUNIOREN  
DEUTSCHLAND

JUGEND STÄRKEN:  
1000 CHANCEN


1/12

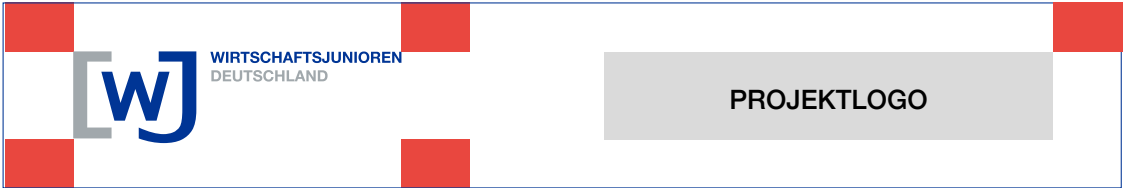
 WIRTSCHAFTSJUNIOREN DEUTSCHLAND

1/3

 WIRTSCHAFTSJUNIOREN DEUTSCHLAND

1/2


 WIRTSCHAFTSJUNIOREN DEUTSCHLAND

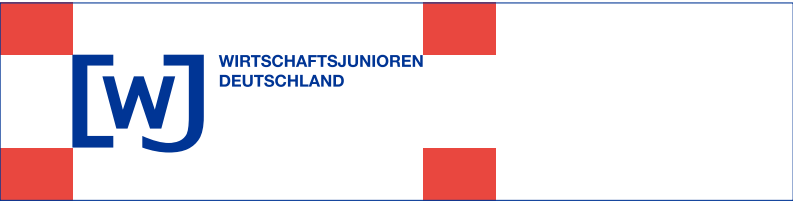


1/6



1/2





1/12



1/3



1/2



geeignet für die Verwendung von Projektlogos

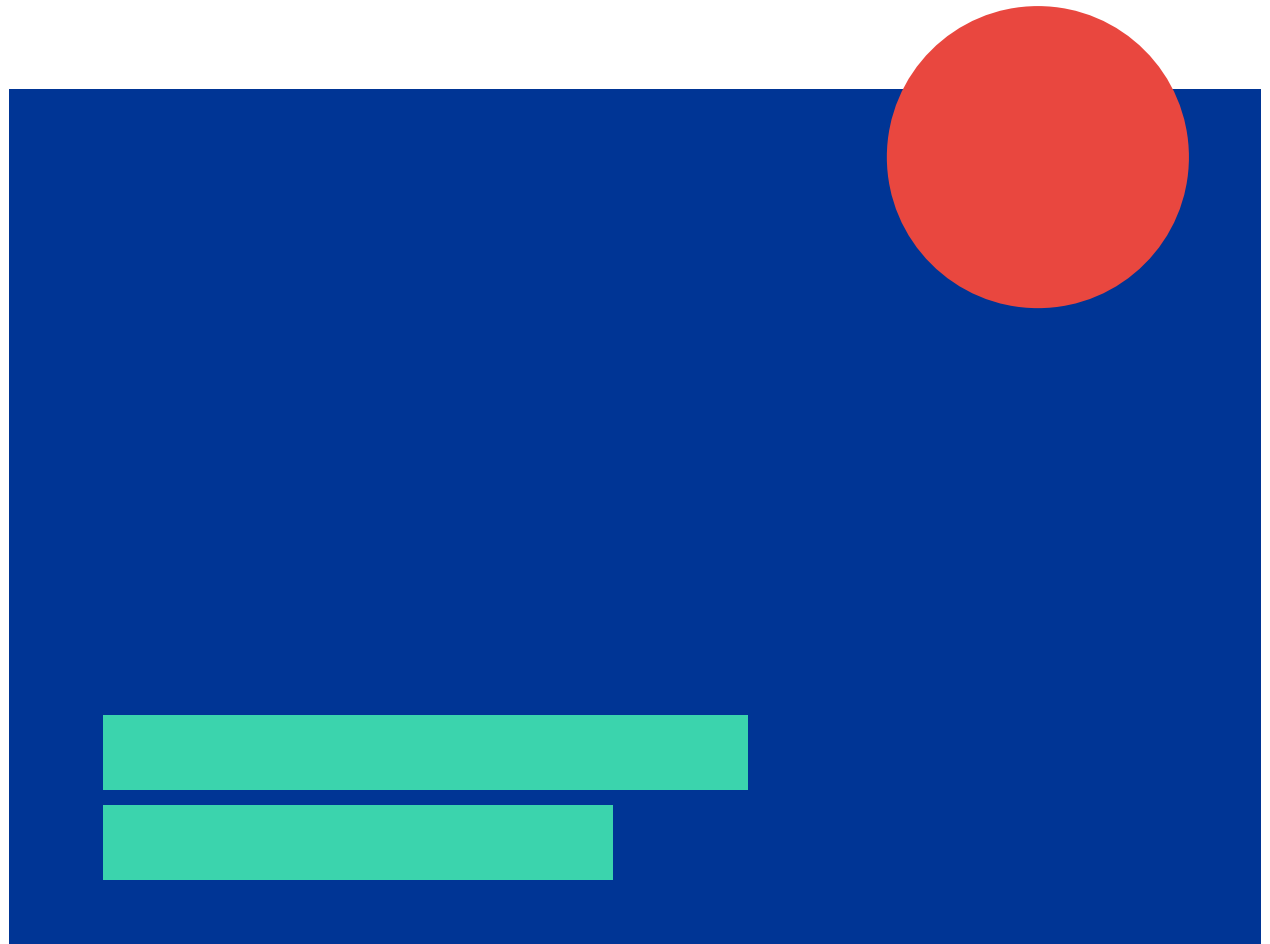
DIN Lang – 297 mm x 210 mm



Wiederkehrende Gestaltungselemente:

- \_ flächiger blauer Hintergrund
- \_ türkise Balken
- \_ roter Kreis

Die Balken und der Kreis dienen zur Hervorhebung wichtiger Elemente.



Wiederkehrende Gestaltungselemente:

- \_ flächiger blauer Hintergrund
- \_ türkise Balken
- \_ roter Kreis

Die Balken und der Kreis dienen zur Hervorhebung wichtiger Elemente.

Balken als Überschrift oder zur Hervorhebung von Elementen wie z.B.

- \_ Titelthema
- \_ Betreff
- \_ Name von Veranstaltung
- \_ etc.

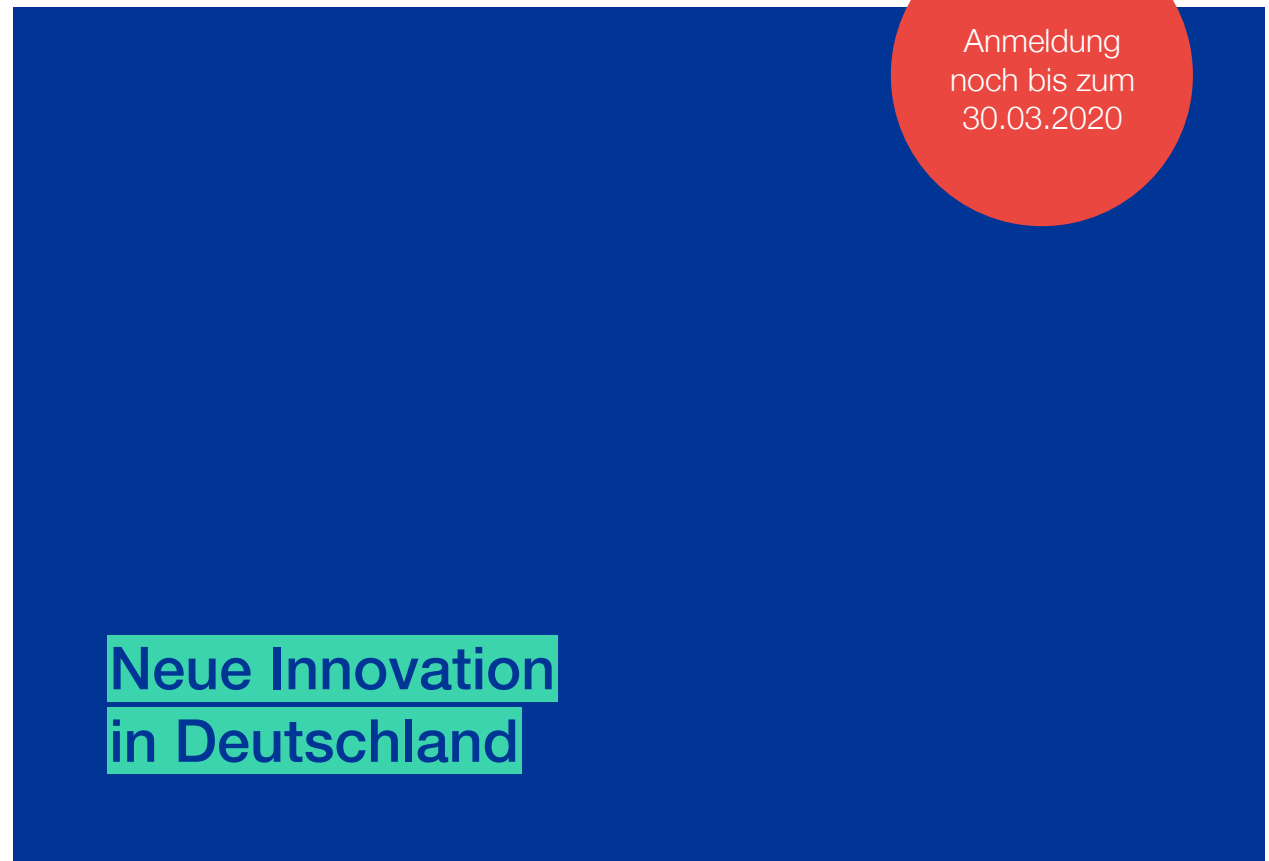
Schriftfarbe ist PANTONE 661C.

Kreis zur Hervorhebung kurzer Informationen, wie z.B.

- \_ Kontaktinformation
- \_ Datum für Anmeldung
- \_ Zeit & Ort von Veranstaltung
- \_ etc.

Diese werden hierfür mittig gesetzt und positioniert.

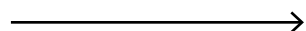
Schriftfarbe ist weiß.



Die Breite des „senkrechten Striches“ ( | ) aus der Helvetica Medium definiert den Abstand

- \_ der Schrift innerhalb der Markierung/  
Farbbalken
- \_ von Zeile zu Zeile  
(Farbbalken zu Farbbalken)

Wichtig: Der „senkrechte Strich“ muss als Referenzobjekt die selbe Schriftgröße wie die zu konstruierende Überschrift haben. In diesem Beispiel 110 pt.



Tastenkombination  
„senkrechter Strich“ |

PC / Windows  
Alt Gr + < oder Alt + 0124

Mac  
alt + 7

Grundschrift für alle Fließtexte in Briefbögen, Positionspapieren und ähnlichem ist die „Bitter“. Diese wird im Schriftschnitt Regular verwendet.



<https://fonts.google.com/specimen/Bitter>

oder im WJD\_Bundle / 03 Fonts / Bitter

Fließtext  
9 pt / 12,5 pt

Bitter Regular

A large, bold, black serif font specimen showing the uppercase letter 'A' and the lowercase letter 'a'. The letters are thick and have a classic, slightly stylized serif design.

Für die jeweiligen Auszeichnungen bietet die Bitter ein Sortiment an Schriftschnitten. Die Schriftschnitte werden unterschiedlichen Anwendungen zugeordnet.

Für Hervorhebungen in Fließtexten wird der Schriftschnitt Bold favorisiert.

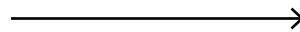
Bitter Regular  
Fließtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Bitter Bold  
Hervorhebungen im  
Fließtext

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

Für Überschriften wird die Schrift „Helvetica Neue“ im Schriftschnitt Medium verwendet.



WJD BUNDLE / 03 Fonts / Helvetivca

**Achtung:**

Bei Verwendung ist eine gesonderte  
Lizensierung notwendig!

[https://www.myfonts.com/fonts/linotype/  
neue-helvetica/](https://www.myfonts.com/fonts/linotype/neue-helvetica/)

Helvetica Neue Medium

Aa

Helvetica Neue Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Helvetica Neue Medium  
Überschriften

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

# Dies ist eine Hauptüberschrift

Helvetica Neue Medium  
65 pt / 70 pt

## Dies ist eine untergeordnete Überschrift

Helvetica Neue Medium  
35 pt / 42 pt

### Dies ist eine Zwischenüberschrift

Helvetica Neue Medium  
20 pt / 24 pt

**Dies ist eine Haupt-  
überschrift**

Helvetica Neue Medium  
65 pt / 80 pt

**Dies ist eine untergeordnete  
Überschrift**

Helvetica Neue Medium  
35 pt / 45 pt

## Schrift – Überschriften – im Anschnitt hochgestellt

Überschriften können außerdem hochgestellt (um 90° gedreht) und im Anschnitt positioniert werden. Diese Gestaltungsvariante kann beispielsweise auf Plakaten, Deckblättern oder Trennseiten zum Einsatz kommen. Die Schrift muss dabei in weiß auf blauem Hintergrund gesetzt werden.

Headline  
in zwei Zeilen

Farben

PANTONE 3385 C

22

PANTONE 661 C

PANTONE WARM RED C

PANTONE 1235 C

Black

PANTONE 429 C

White

**Die Primärfarben des Erscheinungsbildes sind Blau und Türkis.**

Blau kommt in flächiger Gestaltung zum Einsatz und als Schriftfarbe für Hervorhebungen. Türkis findet vor allem in den Balkenelementen Verwendung.

**Sekundärfarben sind Rot, Gelb und Grau.**

Rot findet Verwendung als kreisförmiger Störer (siehe Gestaltungselemente) sowie in Grafiken. Gelb dient als unterstützende Farbe bei Grafiken. Grau wird nur sehr reduziert eingesetzt – u.a. in Teilen des Logos.





C = 100 M = 81 Y = 0 K = 13	C = 55 M = 0 Y = 45 K = 0	C = 0 M = 83 Y = 81 K = 0	C = 0 M = 25 Y = 94 K = 0	C = 35 M = 23 Y = 19 K = 2	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 100	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 0
R = 0 G = 53 B = 148	R = 71 G = 215 B = 172	R = 249 G = 66 B = 58	R = 255 G = 184 B = 28	R = 162 G = 170 B = 173	R = 0 G = 0 B = 0	R = 255 G = 255 B = 255
# 003594	# 47D7AC	# F9423A	# FFB81C	# A2AAAD	# 000000	# FFFFFFFF

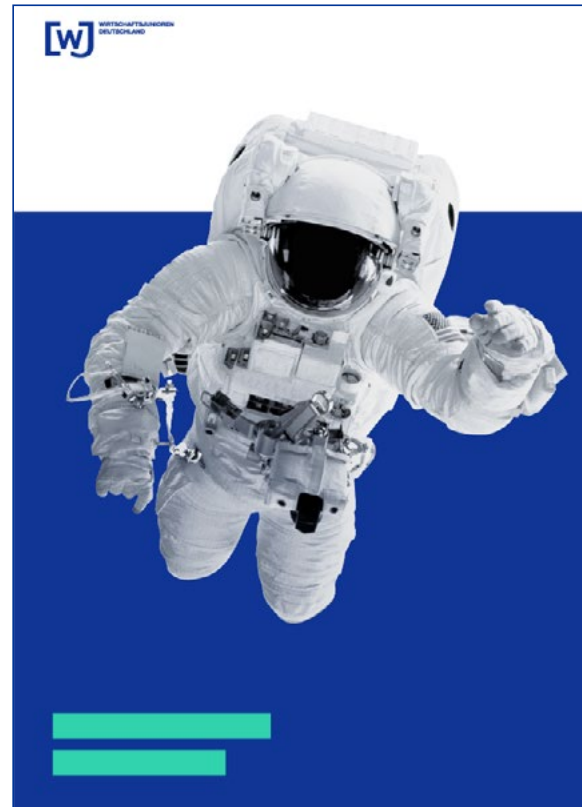
Wirtschaftsjunioren Deutschland ist unsere Dachmarke. Innerhalb von JCI treten die Wirtschaftsjunioren als JCI Germany auf. Um die Zugehörigkeit zu unserem Weltverband JCI zu zeigen, erscheint in den meisten Kommunikationsmitteln der Wirtschaftsjunioren Deutschland auch das JCI Germany-Logo auf der Rückseite.

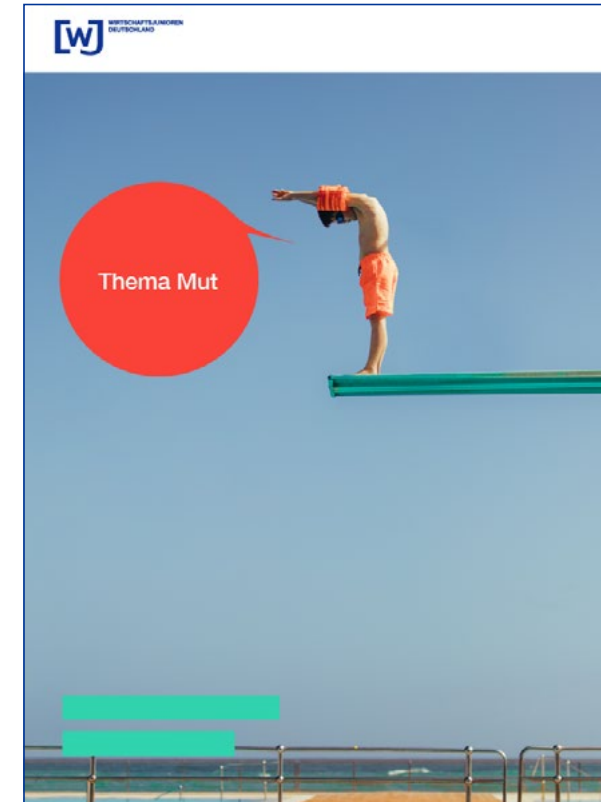
Markenauftritt	In Deutschland	International	
		innerhalb von JCI	außerhalb von JCI (z.B. G20)
Name	Wirtschaftsjunioren Deutschland	JCI Germany	Wirtschaftsjunioren Deutschland
Corporate Design	Wirtschaftsjunioren Deutschland	JCI	Wirtschaftsjunioren Deutschland

Absender: Landes bzw. Kreisverband		WJD Logo	JCI Germany-Logo	Landes- bzw. Kreissignet
<b>Geschäftsausstattung</b>				
Briefbogen		links oben	–	rechte Spalte
Pressemitteilung		links oben	–	rechte Spalte
Visitenkarte	WJD (dt.)	links oben	–	–
	JCI Germany (engl.)	–	links oben	–
<b>Publikationen</b>				
DIN A4 Broschüre		links oben	Rückseite links oben	rückseitig
DIN A5 Broschüre		links oben	Rückseite links oben	rückseitig
DIN Lang Folder		links oben	Rückseite links oben	rückseitig
Power Point		links oben	letzte Seite links oben	–
Ausstellungselemente		links oben	–	–

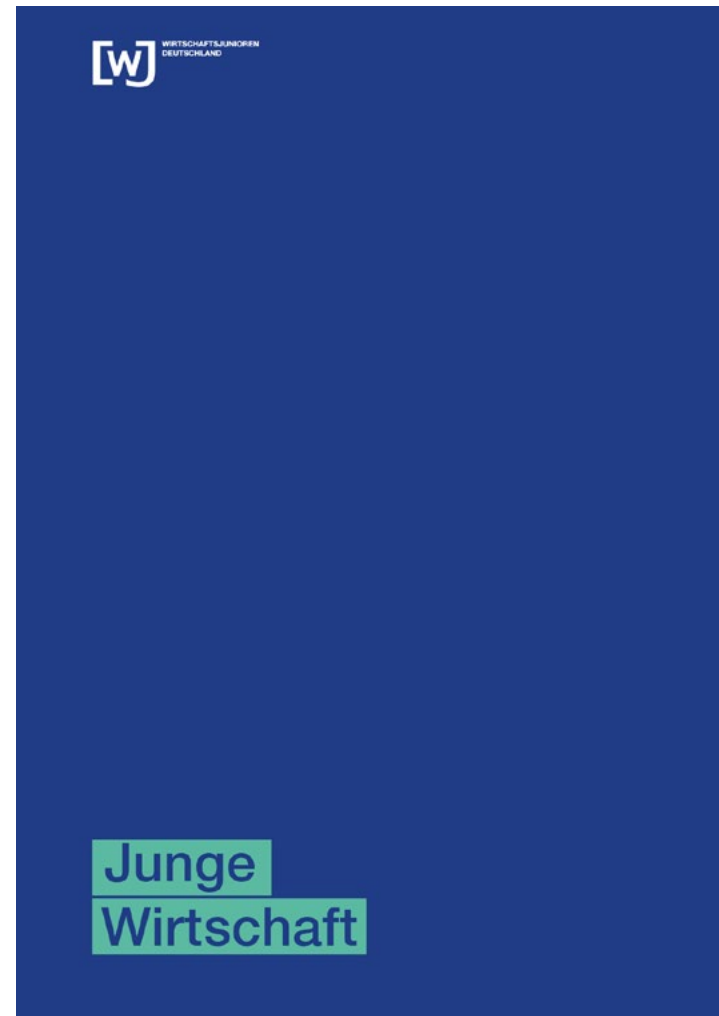


# Anwendungs- beispiele











Wirtschaftsjunioren  
Deutschland e.V.

+49 (30) 20308-1515  
info@wjkd.de www.wjkd.de

Bundesgeschäftsstelle  
Breite Straße 29 10178 Berlin

Wirtschaftsjunioren Deutschland e.V. Breite Straße 29 10178 Berlin

Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen  
Herrn Armin Laschet  
Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen  
Horionplatz 1  
40213 Düsseldorf

Berlin, 19. Juni 2019

**Einladung zur Bundeskonferenz der Wirtschaftsjunioren  
am 21.9.19 in Wuppertal**

Sehr geehrter Herr Ministerpräsident,

als Bonner Unternehmer und Bundesvorsitzender der Wirtschaftsjunioren ist es mir eine besondere Freude, Sie als Ehrengast zur kommenden Bundeskonferenz der Wirtschaftsjunioren einzuladen, die vom 19. bis 21. September 2019 im Bergischen Land stattfindet.

Die Wirtschaftsjunioren sind rund **10.000 Unternehmer und Führungskräfte** unter 40 Jahren. Wir sind global vernetzt, und als größtes Netzwerk junger Wirtschaft in Deutschland mit 215 Mitgliedskreisen vor Ort präsent. Wer bei uns mitmacht, engagiert sich im Beruf – will aber auch darüber hinaus etwas bewegen. Ehrenamtlich setzen wir uns für eine starke Wirtschaft, innovatives Unternehmertum, gute Bildung und mehr Zusammenhalt in unserer Gesellschaft ein.

Die diesjährige Bundeskonferenz der Wirtschaftsjunioren findet unter dem Motto „Be Bergisch“ im Städtedreieck Wuppertal, Solingen und Remscheid statt. Es wäre uns eine ganz besondere Ehre, Sie als Eröffnungsgast unserer Bundesdelegiertenversammlung am 21.9. um 10.00 Uhr zu gewinnen, die in die Konferenz eingebunden ist. Im Falle einer Terminkollision schlagen wir Ihnen gerne alternative Programmpunkte vor.

**Rahmendaten**

Datum: Samstag, 21.9.19 um 10.00 Uhr  
Ort: Bergische Universität Wuppertal, Gaußstraße 20,  
42119 Wuppertal (Gebäude K, Großer Hörsaal)

Nachdem Sie Ihre Teilnahme an der Bundeskonferenz 2017 in Köln leider kurzfristig absagen mussten, würde es uns umso mehr freuen, Sie in diesem Jahr als Ehrengast begrüßen zu dürfen. Wir erwarten rund 1.000 junge Unternehmer und Führungskräfte aus dem ganzen Bundesgebiet sowie ausgewählte internationale Gäste, denen wir Nordrhein-Westfalen in einem vielfältigen Konferenzprogramm als attraktiven Wirtschaftsstandort und lebenswerte Region präsentieren wollen.

Bankverbindung  
Deutsche Bank Berlin  
DE55 1007 0000 0239 7040 00  
DEUTDE33XXX  
USt-Id DE227110647



# Bundespreis 2020

Kategorie

## Arbeit und Zukunft

Gewinner



Wirtschaftsjunioren  
Saarbrücken

Projekt

ZZA-Zukunft  
zum Anfassen




Vorname Nachname  
Voritzender des Bundesverbandes  
Wirtschaftsjunioren Deutschland




Vorname Nachname  
2. Voritzende des Bundesverbandes  
Wirtschaftsjunioren Deutschland



Vorname Nachname  
Stell. des Ausschuss des  
Bundespreises 2019



WIRTSCHAFTSJUNIOREN  
DEUTSCHLAND




Germany

Auszeichnung

## Goldene Nadel


Empfänger\*in




Alexander Mark  
PKF Issing Faulhaber Wozar  
Altenbeck GmbH & Co. KG,  
Würzburg

Begründung

Besonderes  
Engagement



Vorname Nachname  
Bundesvorsitz



Vorname Nachname  
Landesvorsitz

**[w] Bundespreis 2020**

Kategorie

# Arbeit und Zukunft

Gewinner



Projekt

Wirtschaftsjunioren  
Saarbrücken

ZZA-Zukunft  
zum Anfassen

A handwritten signature in blue ink.

Vorname Nachname  
Voritzender des Bundesverbandes  
Wirtschaftsjunioren Deutschland

A handwritten signature in blue ink.

Vorname Nachname  
2. Voritzende des Bundesverbandes  
Wirtschaftsjunioren Deutschland

A handwritten signature in blue ink.

Vorname Nachname  
Stell. des Ausschuss des  
Bundespreises 2019

# Für ein Starkes Europa. Zuhause und in der Welt.

## Positionspapier

### erste Zwischen- überschrift

Schon mit der Lissabon-Strategie hat sich die EU das Ziel gesetzt, zum wettbewerbsfähigsten Wirtschaftsraum der Welt zu werden. Auch wenn Europa aktuell neben Nordamerika und Ostasien zu den Weltgegenden mit der größten wirtschaftlichen Dynamik zählt, ist dieses Ziel noch nicht erreicht. Gerade wenn es um Potenziale für zukünftige Wertschöpfung geht, wird Europa langsam abgehängt. Wir leben von der Substanz. Der wirtschaftliche Erfolg der großen Industrieunternehmen und Mittelständler in Europa in den vergangenen Jahrzehnten ist kein Selbstläufer. Ob diese ihre Geschäftsmodelle in die Zukunft übertragen können, ist offen. Die vierte industrielle Revolution verändert die Kräfteverhältnisse in der Weltwirtschaft. Globale Wettbewerbsfähigkeit hängt immer mehr von der Innovationskraft eines Landes ab. Wir müssen jetzt die Grundlagen für den Wohlstand von morgen legen. Europa muss zum weltweiten Innovationshub werden – eine Heimat für technologie- und wissensbasierte Unternehmen, in der digitale Geschäftsmodelle wachsen können. Dafür braucht es Investitionen in Forschung, Bildung und digitale Infrastruktur.

Die Zukunft unserer Wirtschaft ist wissensbasiert. Die Anpassungs- und Lernfähigkeit von Organisationen und ihren Mitarbeitern ist heute ein erfolgskritischer Faktor. Der Schlüssel liegt damit in hochqualifizierten Fachkräften, die sich lebenslang weiterqualifizieren. Deutschland braucht gut ausgebildete Fachkräfte – insbesondere auch solche mit dualer Berufsausbildung, die die Unternehmenspraxis bereits kennen. Wir benötigen in ganz Europa ein zukunftsfähiges Aus- und Weiterbildungssystem, das der aktuellen und zukünftigen Lebens- und Arbeitswirklichkeit entspricht. Wichtig ist auch die europaweite Vergleichbarkeit der Lerninhalte. Die Ausbildungsinhalte müssen neue Berufsbilder und Megatrends wie die Digitalisierung widerspiegeln, nur so kann Europa wettbewerbsfähig bleiben.

Wir setzen uns für die Ausweitung der dualen Berufsausbildung in Europa und eine bessere Vergleichbarkeit der Ausbildungsinhalte ein. So können wir einen europäischen Standard schaffen und die Mobilität von jungen Menschen auch in der Ausbildung weiter erhöhen.

Ein Auslandsaufenthalt sollte für Auszubildende und Berufstätige genauso selbstverständlich sein wie für Studierende. Deshalb fordern wir den weiteren Ausbau von Programmen wie Erasmus+.

# Die EU als Innovationshub

### zweite Zwischen- überschrift

Schon mit der Lissabon-Strategie hat sich die EU das Ziel gesetzt, zum wettbewerbsfähigsten Wirtschaftsraum der Welt zu werden. Auch wenn Europa aktuell neben Nordamerika und Ostasien zu den Weltgegenden mit der größten wirtschaftlichen Dynamik zählt, ist dieses Ziel noch nicht erreicht. Gerade wenn es um Potenziale für zukünftige Wertschöpfung geht, wird Europa langsam abgehängt. Wir leben von der Substanz. Der wirtschaftliche Erfolg der großen Industrieunternehmen und Mittelständler in Europa in den vergangenen Jahrzehnten ist kein Selbstläufer. Ob diese ihre Geschäftsmodelle in die Zukunft übertragen können, ist offen. Die vierte industrielle Revolution verändert die Kräfteverhältnisse in der Weltwirtschaft. Globale Wettbewerbsfähigkeit hängt immer mehr von der Innovationskraft eines Landes ab. Wir müssen jetzt die Grundlagen für den Wohlstand von morgen legen. Europa muss zum weltweiten Innovationshub werden – eine Heimat für technologie- und wissensbasierte Unternehmen, in der digitale Geschäftsmodelle wachsen können. Dafür braucht es Investitionen in Forschung, Bildung und digitale Infrastruktur.

Die Zukunft unserer Wirtschaft ist wissensbasiert. Die Anpassungs- und Lernfähigkeit von Organisationen und ihren Mitarbeitern ist heute ein erfolgskritischer Faktor. Der Schlüssel liegt damit in hochqualifizierten Fachkräften, die sich lebenslang weiterqualifizieren. Deutschland braucht gut ausgebildete Fachkräfte – insbesondere auch solche mit dualer Berufsausbildung, die die Unternehmenspraxis bereits kennen.

*„Wir setzen uns für die Ausweitung der dualen Berufsausbildung in Europa und eine bessere Vergleichbarkeit der Ausbildungsinhalte ein.“*

Wir benötigen in ganz Europa ein zukunftsfähiges Aus- und Weiterbildungssystem, das der aktuellen und zukünftigen Lebens- und Arbeitswirklichkeit entspricht. Wichtig ist auch die europaweite Vergleichbarkeit der Lerninhalte. Die Ausbildungsinhalte müssen neue Berufsbilder und Megatrends wie die Digitalisierung widerspiegeln, nur so kann Europa wettbewerbsfähig bleiben. Die Zukunft unserer Wirtschaft ist wissensbasiert. Die Anpassungs- und Lernfähigkeit von Organisationen und ihren Mitarbeitern ist heute ein erfolgskritischer Faktor. Der Schlüssel liegt damit in hochqualifizierten Fachkräften, die sich lebenslang weiterqualifizieren. Deutschland braucht gut ausgebildete Fachkräfte – insbesondere auch solche mit dualer Berufsausbildung, die die Unternehmenspraxis bereits kennen.