
Corporate Design Manual

So sieht adebar aus. Farben, Logo, Schrift, Sprache und Bildwelt für alle, die mit unserer Marke arbeiten.

Für Partner, Agenturen, Locations und Kundinnen und Kunden, die adebar in ihren Unterlagen zeigen.

Willkommen im adebar Corporate Design Manual

Kreativität lebt von Freiheit. Das ist auch unser Ansatz bei adebar. Als Full-Service-Eventagentur denken wir flexibel, arbeiten lösungsorientiert und gestalten gern außerhalb der gewohnten Linien. Strikte Vorgaben sind nicht unser Stil.

Ein starker Auftritt braucht trotzdem Wiedererkennung. Deshalb halten wir in diesem Manual die zentralen Eckpfeiler fest: visuelle Konstanten, die unser Erscheinungsbild klar, professionell und typisch adebar machen.

Dieses Manual ist keine starre Anleitung, sondern eine Orientierungshilfe. Es zeigt, wie wir ticken, was uns wichtig ist und wie wir als Marke sichtbar werden, von Hamburg über Berlin bis an die Küste. Let's keep it consistent, and creative.

Was Sie hier finden

- Logo und Bildmarke mit Varianten, Schutzraum und Mindestgrößen
- Die vier Farben mit Werten für Bildschirm und Druck
- Schrift für Druck und digitale Medien
- Sprache und Schreibweisen, die zu adebar gehören
- Bildwelt und Gestaltungsprinzipien
- Anwendung in E-Mail, Dokumenten und auf der Website

Fragen oder Dateien gewünscht? Logos als SVG und PNG, Schriftlizenzen und Vorlagen schicken wir gern. Schreiben Sie an info@adebar.de.

Das Logo

Unsere Wortmarke besteht aus dem kleingeschriebenen Schriftzug adebar mit angeschnittener Unterkante und dem Claim „meeting incentive event“. Der Schnitt an der Unterkante ist der Horizont: ein Blick aufs Meer, auf das Nächste, auf Weite. Diese Linie taucht in unserer Gestaltung immer wieder auf.



Hauptversion: Blau auf Weiß oder auf hellem Grund



Negativ: Weiß auf Blau oder auf dunklen Fotos



Negativ auf Anthrazit, zum Beispiel im Fuß von Dokumenten



Bildmarke: das kleine a für Icons, Favicon, Profilbilder und sehr kleine Flächen

Schutzraum	Rundum mindestens die Höhe des Buchstabens a. In diesem Raum stehen keine Texte, Logos oder Bildkanten.
-------------------	---

Mindestbreite	Druck 30 mm, Bildschirm 120 px. Darunter die Bildmarke verwenden.
----------------------	---

Position	In E-Mails, PDFs und Dokumenten steht das Logo oben rechts. Auf der Website steht es links im Kopf, weil es dort zur Startseite führt.
-----------------	--

Dateien	SVG für Druck und Web, PNG mit transparentem Hintergrund für Office. Bitte nie aus einer Website kopieren oder nachbauen.
----------------	---

Logo: so bitte nicht

Das Logo wirkt nur, wenn es unverändert bleibt. Diese Regeln schützen die Wiedererkennung.

So ja

- Logo aus der Originaldatei einsetzen, proportional skalieren
- Blau auf hellem Grund, Weiß auf dunklem Grund
- Ruhige Umgebung, Schutzraum einhalten
- Auf Fotos nur dort, wo der Hintergrund ruhig genug ist
- Claim beim Logo lassen, solange die Größe ihn lesbar hält

So nicht

- Nicht verzerren, drehen, verschatten oder mit Kontur versehen
- Keine anderen Farben, keine Verläufe, kein Grau außer bei reinem Schwarzweißdruck
- Nicht auf Magenta setzen: Blau auf Magenta ist nicht lesbar
- Das kleine a nicht groß schreiben, auch nicht im Logo-Umfeld
- Keine eigenen Kombinationen mit Partnerlogos ohne ausreichenden Abstand

Die Farben

Vier Farben, klar verteilt. Blau führt, Magenta setzt Akzente, Anthrazit trägt den Text, Hellgrau beruhigt Flächen. Weitere Farbtöne gibt es nicht.



adebar Blau

HEX #00537e
RGB 0 · 83 · 126
CMYK 100 · 55 · 20 · 10

Hauptfarbe: Logo, Überschriften, Links, große Flächen



adebar Magenta

HEX #c5014b
RGB 197 · 1 · 75
CMYK 15 · 100 · 60 · 5

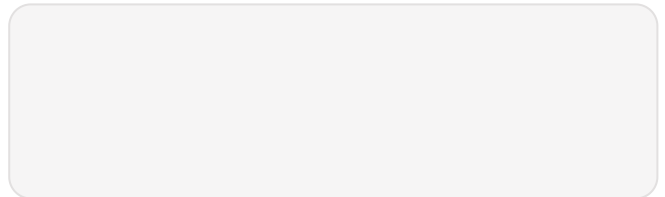
Nur für Handlungsaufforderungen und Akzente: Knöpfe, Kicker, die Horizontlinie. Nie für Fließtext.



Anthrazit

HEX #343434
RGB 52 · 52 · 52
CMYK 0 · 0 · 0 · 90

Fließtext, dunkle Flächen wie der Fuß von Dokumenten



Hellgrau

HEX #f6f5f5
RGB 246 · 245 · 245
CMYK 0 · 0 · 0 · 4

Ruhige Hintergründe, Karten, Trennflächen

Auf Blau

Text und Symbole in Weiß. Magenta dort nur als grafisches Element wie Linie oder Knopf, nie als Schrift.

Kontrast

Für Text auf Hellgrau und Weiß nur Blau oder Anthrazit. Sekundärtext in gedecktem Grau #5f5d5d, das hält den Mindestkontrast für Barrierefreiheit.

Druck

Die CMYK-Werte sind Richtwerte für den Vierfarbdruck. Für Großformat und Textil bitte vorab ein Muster abstimmen.

Die Schrift

Unsere Hausschrift ist Polo 22 in den Schnitten Leicht und Kräftig. Sie ist offen, freundlich und gut lesbar, im Druck wie auf Bildschirmen. Für digitale Anwendungen ohne Polo-Lizenz nutzen wir Fira Sans, eine humanistische Grotesk mit sehr ähnlichem Charakter. Dieses Manual ist in Fira Sans gesetzt.

ÜBERSCHRIFT

Wir bringen die frische Brise in Ihr Eventmanagement.

ZWISCHENÜBERSCHRIFT

Von A bis A: von der Anfrage bis zur Abrechnung

FLIESSTEXT

Seit 1997 planen wir Events, Incentives, Tagungen und Teambuildings in Norddeutschland. Mit fester Projektleitung und fester Vertretung, bis die letzte Rechnung geschrieben ist.

KICKER

TEAMBUILDING AN DER OSTSEE

Hierarchie

Überschriften in Blau und kräftig, Fließtext in Anthrazit und leicht. Mehr als zwei Schriftgrade je Seite braucht es selten.

Kicker

Kleine Zeile über der Überschrift, Versalien mit Sperrung, in Magenta. Davor oder darüber die Horizontlinie.

Office

Wenn weder Polo 22 noch Fira Sans installiert sind, ist Calibri der Ersatz. Keine Serifenschriften, keine Schmuckschriften.

Sprache und Schreibweisen

Wie wir schreiben, gehört zur Marke wie Farbe und Logo. Wir sprechen Menschen direkt und freundlich an, in der Sie-Form, klar und ohne Floskeln.

adebar	Immer klein, auch am Satzanfang. Das kleine a ist kein Tippfehler, sondern Teil unseres Markenkerns.
Claim	meeting incentive event, klein und ohne Trennzeichen, so wie im Logo.
SAMVARO	Unsere Eventplattform schreibt sich immer in Versalien.
Unser Versprechen	Von A bis A, von der Anfrage bis zur Abrechnung: feste Projektleitung plus feste Vertretung.
Tonfall	Norddeutsch gelassen, zugewandt, konkret. Kurze und längere Sätze im Wechsel, keine Gedankenstriche und keine Semikola als Satzverbinder.
Orte	Wieck a. Darß, Hamburg, Berlin. Die Region heißt bei uns der Norden, die Küste ist die Ostsee.

So ja

- adebar GmbH, Eventagentur
- Teambuilding, Incentive, Tagung, Firmenfeier
- Teilnehmende, Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden

So nicht

- Adebar, ADEBAR, Adebar Events
- Teambildung, Incentive-Event, Firmen-Event
- Werbeversprechen zu Umwelt oder Nachhaltigkeit: nur mit nachweisbarer Zertifizierung zulässig, deshalb bei uns gar nicht

Bildwelt und Gestaltung

Unsere Bilder zeigen echte Veranstaltungen und echte Menschen. Keine Stockfotos mit gestellten Teams, keine Symbolbilder. Licht, Weite und Bewegung sind die wiederkehrenden Motive: Wasser, Himmel, Gruppen in Aktion.

Fotos	Dokumentarisch statt inszeniert. Querformat bevorzugt, Menschen im Mittelpunkt, Marken von Kunden nur mit deren Freigabe.
Horizontlinie	Eine kurze Linie in Magenta oder Blau, 3 Pixel beziehungsweise 1 mm stark, vor kleinen Überschriften und als Trenner. Sie zitiert den Schnitt im Logo.
Flächen	Hell und ruhig, viel Weißraum. Blau führt durch die Seite, Magenta markiert, was zu tun ist.
Formen	Runde Knöpfe, sanft gerundete Karten und Bilder. Keine harten Rahmen, keine Schatten.
Symbole	Dünne Linien-Icons in Blau oder Weiß, keine gefüllten oder bunten Piktogramme.

Anwendung

E-Mail	Logo oben rechts, Fließtext in Anthrazit, Links in Blau. Die Signatur nennt Name, Funktion, Telefon und www.adebar.de .
Dokumente und PDFs	Kopfzeile mit Kicker in Magenta links und Logo rechts, Fußzeile mit Firmendaten. Überschriften Blau, ein Knopf in Magenta für die Handlungsaufforderung.
Präsentationen	Weißer oder blauer Folien, eine Aussage je Folie, großzügige Fotos. Logo klein oben rechts.
Website	www.adebar.de setzt dieses Manual um. Sie dient als Referenz für Farben, Abstände und Tonfall.
Partner und Kunden	Wenn Sie adebar als Partner nennen, nutzen Sie bitte die Hauptversion des Logos auf hellem Grund und halten den Schutzraum ein. Vorab zeigen wir gern, ob alles passt.

Kontakt

adebar GmbH · Jagdhaus 7 b · 18375 Wieck a. Darß · Standort Hamburg: Neuer Wall 80, 20354 Hamburg · +49 38233 62518 · info@adebar.de · www.adebar.de

Stand Oktober 2026. Dieses Manual ersetzt alle früheren Fassungen.