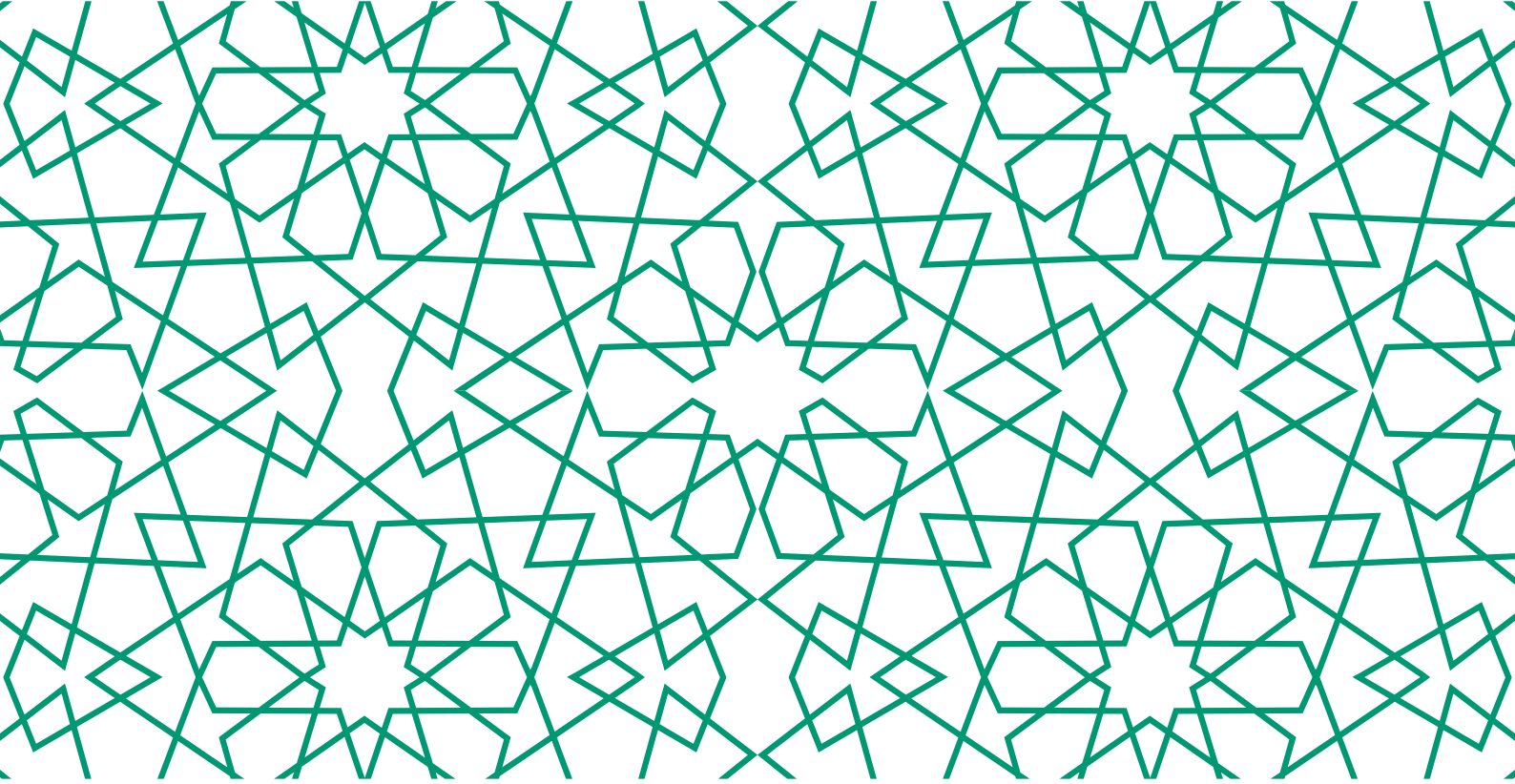


ISLAMISCHE GEMEINSCHAFT MİLLÎ GÖRÜŞ İSLAM TOPLUMU MİLLÎ GÖRÜŞ
CORPORATE DESIGN-HANDBUCH
KURUMSAL KİMLİK KILAVUZU



Ihre Vorschläge und Kritik bezüglich des Corporate Design-Handbuchs können Sie gerne unserer Abteilung für Verbandskommunikation mitteilen.

Kurumsal Kimlik Kılavuzuyla ilgili teklif ve eleştirilerinizi IGMG Kurumsal İletişim Başkanlığına iletebilirsiniz.

IGMG -

İslamische Gemeinschaft Millî Görüş e. V.

İslam Toplumu Millî Görüş

Colonia-Allee 3 | D-51067 Köln

T +49 221 942240-200 | F +49 221 942240-201

gs@igmg.org | www.igmg.org

2. Baskı, Köln, Mart 2019

Liebe Geschwister,

die Islamische Gemeinschaft Millî Görüş (IGMG) ist eine islamische Religionsgemeinschaft, die Muslime in religiösen Angelegenheiten umfassend betreut. Sie hat derzeit 34 Regional- und Landesverbände, 521 Moscheegemeinden und 2.282 Einrichtungen. Als solche fördert sie mit allen ihren Angeboten ein wertgebundenes Leben, das durch das Streben nach dem Guten, Selbstlosigkeit, Gemeinschaftssinn, Solidarität und dem Einsatz für Gerechtigkeit gekennzeichnet ist.

Zentrale Anliegen der IGMG sind zudem die Stiftung von Identität unter ihren Mitgliedern und die Darstellung gemäß ihrem Selbstverständnis. Ein stringentes öffentliches Auftreten ist daher von großer Bedeutung.

In diesem Sinne freuen wir uns Ihnen das vorliegende Gestaltungshandbuch präsentieren zu können. Es soll Ihnen als Richtlinie bei der Darstellung Ihrer Werbung für Veranstaltungen und Produkte sowie der Kommunikation nach außen wie nach innen dienen. Unser Ziel und Wunsch ist es, dass das Handbuch in Ihrer Arbeit als Arbeitshilfe ein- und umgesetzt wird. Auf diesem Wege hoffen wir, einen Beitrag zu einem adäquaten, dem Verständnis der IGMG entsprechenden Auftreten zu leisten.

Değerli kardeşlerim,

İslam Toplumu Millî Görüş (IGMG) Müslümanlara dinî hususlarda kapsamlı biçimde hizmet veren bir İslam cemaatidir. 34 Bölge , 521 cami ve 2.282 şubeye sahiptir. Sunduğu hizmetleriyle iyilik, fedakârlık, birlik, dayanışma ve adalet için çalışmayı ana prensipler olarak benimseyen kuruluşumuz, bu değerlere bağlı bir yaşam tarzını teşvik etmektedir.

Üyeler arasında ortak bir kimliğin oluşturulması ve bu ortak kimlik doğrultusunda IGMG'nin kendisini olduğu gibi tanıtabilmesi kuruluşumuzun asli amaçlarındandır. Kamuoyu önüne çıkıldığında belirgin bir görünümün sergilenmesi bu açıdan büyük önem taşımaktadır.

Bu bağlamda size bu tasarım el kitabını sunuyor olmanın sevinci içerisindeyiz. Bu el kitabı, reklamlarınıza, toplantı ve faaliyetlerinize, ürünlerinize, dışa ve içe yönelik sürdürmekte olduğunuz iletişim faaliyetlerinize yön verir nitelikte bir rehber olacaktır. Amacımız ve isteğimiz, bu el kitabının çalışmalarınızda size yardımcı olması ve tarafınızdan uygulanmasıdır. Böylelikle IGMG'nin, kimliğine ve anlayışına uygun bir görünüme ulaşmasına katkıda bulunmayı ümit ediyoruz.



Kemal Ergün

Vorsitzender Genel Başkan

INHALTSVERZEICHNIS İÇİNDEKİLER

01 LOGO	01 Logo, Bild- und Wortmarke Logo, Görsel ve Tipografik Öğeler	8
	02 Logo-Varianten Logo Çeşitleri	9
	03 Logos der Organisationen Teşkilatların Logoları	10
	04 Logos der Abteilungen Birimlerin Logoları	12
	05 Logos der Regional-/Landesverbände Bölgelerin Logoları	14
	06 Logos der Ortsvereine Şubelerin Logoları	16
	07 Logo-Schutzraum Logoyu Koruma Alanı	18
<hr/>		
02 FARBEN RENKLER	01 Hausfarben Kurumsal Renkler	20
	02 Hilfsfarben Yardımcı Renkler	21
<hr/>		
03 TYPOGRAFIE FONTLAR	01 Hausschrift Kurumsal Fontlar	23
<hr/>		
04 ORNAMENTE GÖRSEL ÖGELER		24
<hr/>		
05 FOTO FOTOĞRAF	01 Kriterien für die Fotoauswahl Doğru Fotoğraf Kullanımı	26
	02 Porträt Portre	27
<hr/>		
06 PIKTOGRAMME PİKTOGRAMLAR	Social Media Logos Sosyal Medya Logoları	28
<hr/>		
07 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG OFİS MALZEMELERİ	01 Zentrale Genel Merkez	28
	Briefpapier Antetli Kağıt	29
	Faxpapier Faks Kağıdı	29
	Kuvert Zarf	30
	Versandtasche Torba Zarf	30
	Visitenkarten Kartvizit	31
	Kurznotiz Not Kağıdı	31
	Notizblock Bloknot	32
	E-Mail-Signatur E-posta İmzası	32
	Ordner-Rücken Klasör Sırtlığı	33
	CD-Label CD Etiketi	33
	02 Regionalverbände/Ortsvereine Bölgeler/Şubeler	34

08 PRESSE- UND VERANSTALTUNGSMATERIALIEN	BASIN VE TOPLANTI MATERYALLERİ	
	Einladungskarte Davetiye	36
	PowerPoint-Folie PowerPoint Sayfaları	36
	Pressemappen Basın dosyaları	37
	Namensschild Tisch Masa Kartı	38
	Namensschild Brust Yaka Kartı	38
	Präsentationskarte Sunum Kartı	39
	Pressewand Röportaj Panosu	39
<hr/>		
09 WERBEMITTEL	TANITIM MATERYALLERİ	
	Flyer El İlanı	40
	Plakat Afiş	41
	Roll-Up Roll Up Banner	41
<hr/>		
10 PROMOTIONSARTIKEL	PROMOSYON ÜRÜNLERİ	
	Kugelschreiber Tükenmez Kalem	42
	USB-Stick USB Bellek	42
	Tasche Çanta	42
	Flagge Bayrak	43
	Tasse Fincan	43
	T-Shirt Tişört	44
	Kappe Kasket	44
	Regenschirm Şemsiye	45
	Schlüsselband Anahtarlık	45
<hr/>		
11 BESCHILDERUNG	LEVHALAR	
	Raumbeschilderung Ofis Levhaları	46
	Flurbeschilderung Koridor Levhaları	46
<hr/>		
12 KOOPERATION/SPONSORING	İŞ BİRLİĞİ/SPONSOR	47
<hr/>		
13 BÜHNENDESIGN	SAHNE DEKORU	48

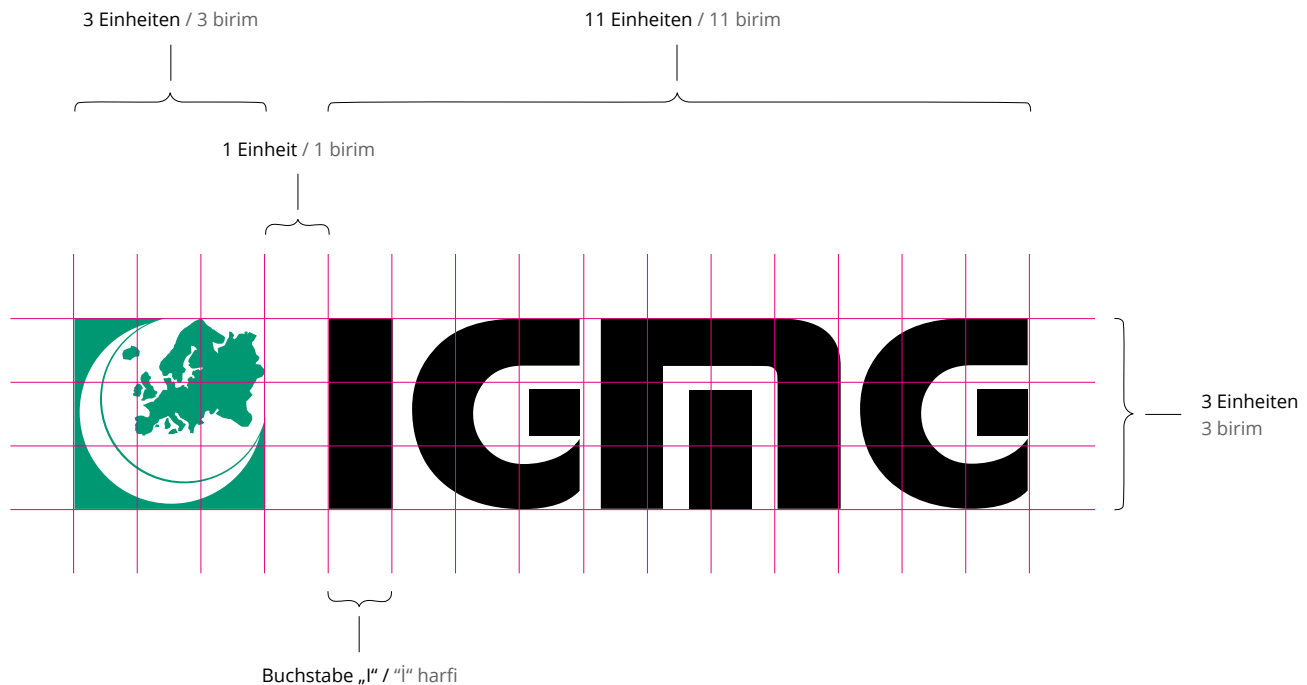
01 LOGO 0101 Bildmarke und Wortmarke Görsel ve Tipografik Ögeler

Das Logo der IGMG ist ein in seinen Proportionen und der Gestaltung feststehendes Element des Corporate Design. Bild- und Wortmarke bilden eine – nur in ganz seltenen Ausnahmefällen trennbare – Einheit. Die Bildmarke der IGMG darf nicht separat verwendet werden.

Der Aufbau und die Proportionen des Logos sind in dem Raster (siehe unten) vorgegeben. Der Raster besteht aus quadratischen Einheiten. Die Seitenlänge der Quadrate entspricht der Breite des Buchstaben „I“ in der Wortmarke.

IGMG logosu, orantı ve dizayn olarak belirlenmiş, kurumsal kimliğin sabit bir unsurudur. Görsel ve yazılı ögeler -nadiren birbirinden ayrılabilen- bütünlüştürmüştür. IGMG logosundaki görsel öge olan IGMG amblemi tek başına kullanılmamalıdır.

Logonun (aşağıdaki) yapısı ve orantıları raster yardımıyla kolayca anlaşılabilir. Raster, kare şeklindeki birimlerden oluşmaktadır. Karelerin kenar uzunlukları (tipografik) ögedeki “I” harfinin genişliğine denk gelmektedir.



0102 Logo-Varianten Logo Çeşitleri

Soweit möglich wird in allen Anwendungen die farbige Version des Logos eingesetzt [Abb. 1]. Steht nur Schwarz als Druckfarbe zur Verfügung, wird die Graustufenversion [Abb. 2] eingesetzt. Die Schwarz-Weiß-Version [Abb. 3] wird nur in Ausnahmefällen (z. B. für Fax) verwendet.

Wird das Logo kleiner als in einer Breite von 2 cm gedruckt (Web: 150 Pixel), ist nur die Wortmarke [Abb. 4] einzusetzen. Die Mindestdruckgröße beträgt einen Zentimeter (Web: 50 Pixel) [Abb. 5].

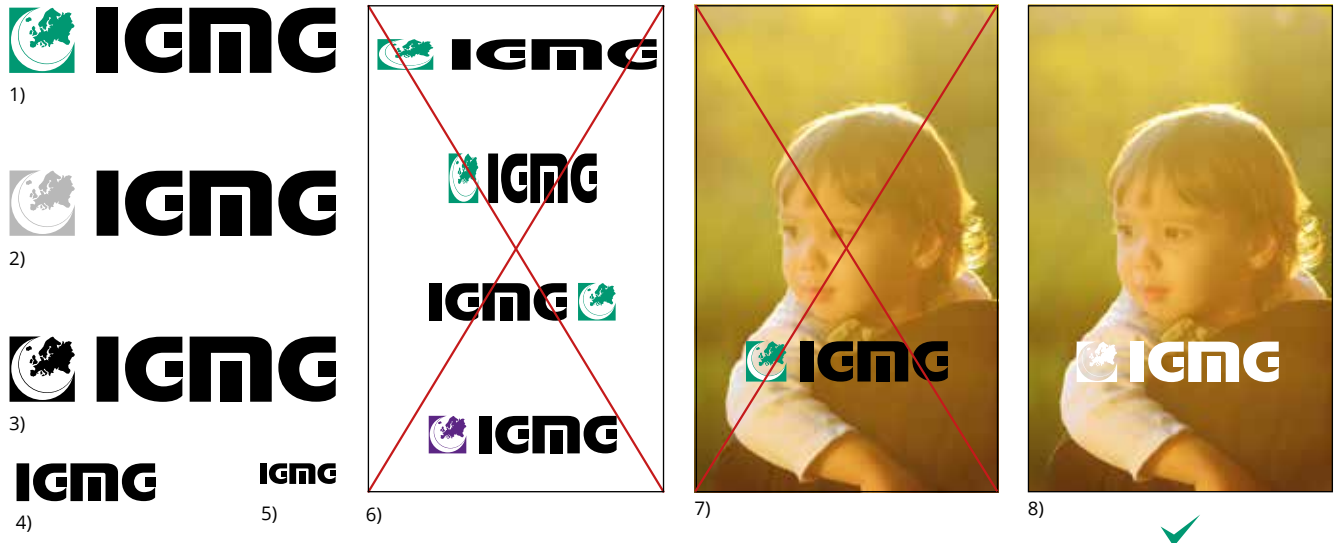
Das Logo darf nicht verzerrt, gestaucht oder auf eine andere Weise verfremdet werden [Abb. 6].

Wird das Logo ohne weißen Hintergrund auf Fotos platziert, kann es durchgängig in einer Farbe (komplett schwarz, weiß etc.), die sich vom Hintergrund abhebt, abgebildet werden [Abb. 8].

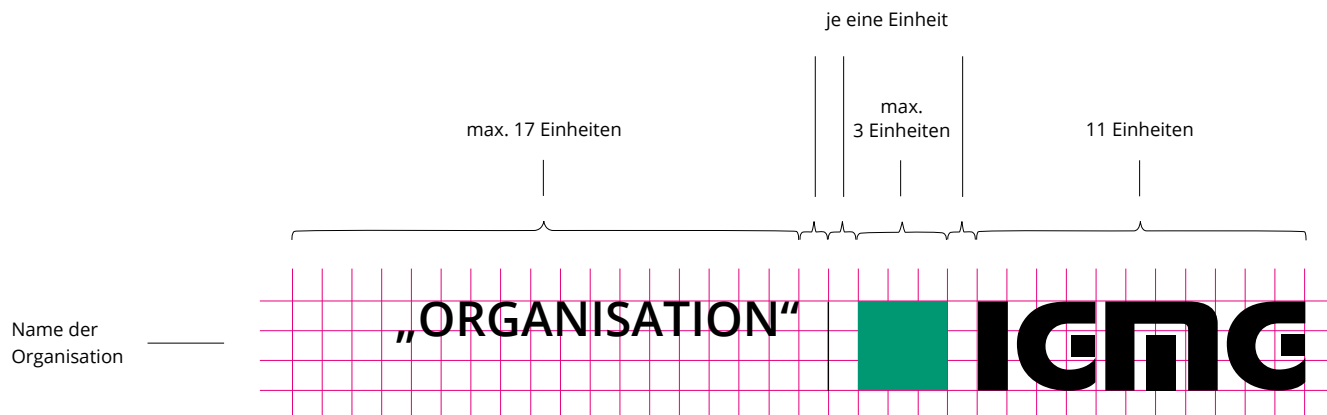
Mümkünse tüm uygulamalarda logonun renkli versiyonu kullanılmalıdır [Şekil 1]. Basım rengi olarak sadece siyah kullanılabilen yerlerde gri tonlu versiyon [Şekil 2] tercih edilmelidir. Siyah-beyaz versiyon [Şekil 3] sadece istisnai durumlarda (örneğin faks için) kullanılmalıdır.

Eğer logo 2 cm'den küçük basılacaksa (web ortamında 150 piksel) sadece tipografik öge [Şekil 4] kullanılmalıdır. Baskıda logonun asgari büyüklüğü 1 cm'dir (web ortamında 50 piksel) [Şekil 5].

Logonun genişletilmemesi ve daraltılmaması gerektiği gibi herhangi bir şekilde aslının haricine dönüştürülmemelidir [Şekil 6].



0103 Logos der Organisationen Teşkilatların Logoları



FRAUEN |  IGMC

JUGEND |  IGMC

FRAUENJUGEND |  IGMC

FRAUENJUGEND
UND JUGEND |  IGMC



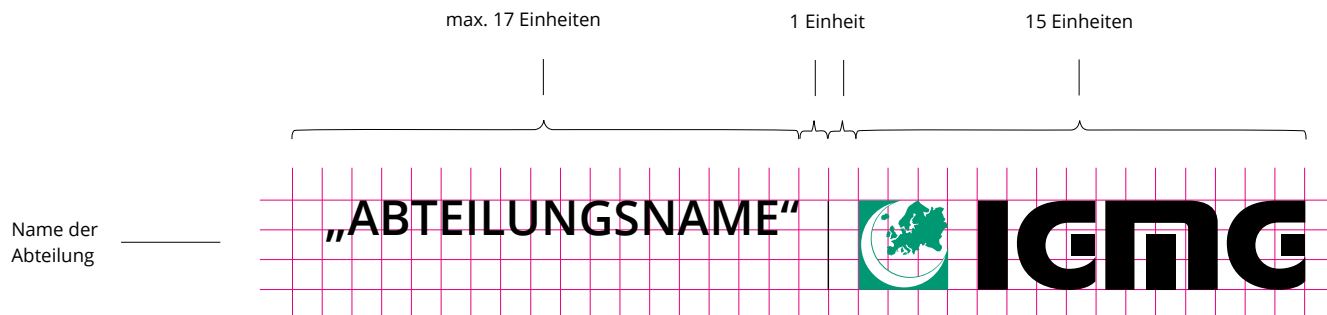
KADINLAR
TEŞKİLATI |  **IGNG**

GENÇLİK
TEŞKİLATI |  **IGNG**

KADINLAR GENÇLİK
TEŞKİLATI |  **IGNG**

KADINLAR GENÇLİK
VE GENÇLİK TEŞKİLATI |   **IGNG**

0104 Logos der Abteilungen Birimlerin Logoları



Beispiele:

BILDUNG |  | **IGNG**

GENERAL-
SEKRETARIAT |  | **IGNG***

Örnekler:

EĞİTİM
BAŞKANLIĞI |  | **IGNG**

GENEL
SEKRETERLİK |  | **IGNG***

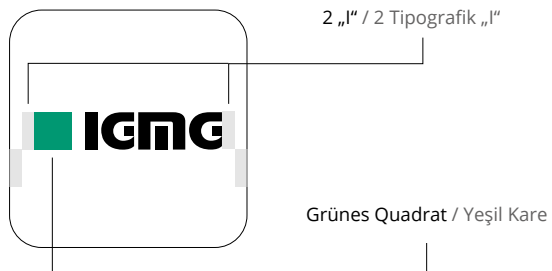
*Die Schreibweise ist eine Ausnahmeregelung für das Generalsekretariat.

*Yazılış şekli Genel Sekreterlik için bir istisnadır.



Avatar für Social Media Sosyal Medya Avatar

Facebook | Twitter | Instagram | YouTube | IGMG App



0105 Logos der Regional-/Landesverbände Bölgelerin Logoları

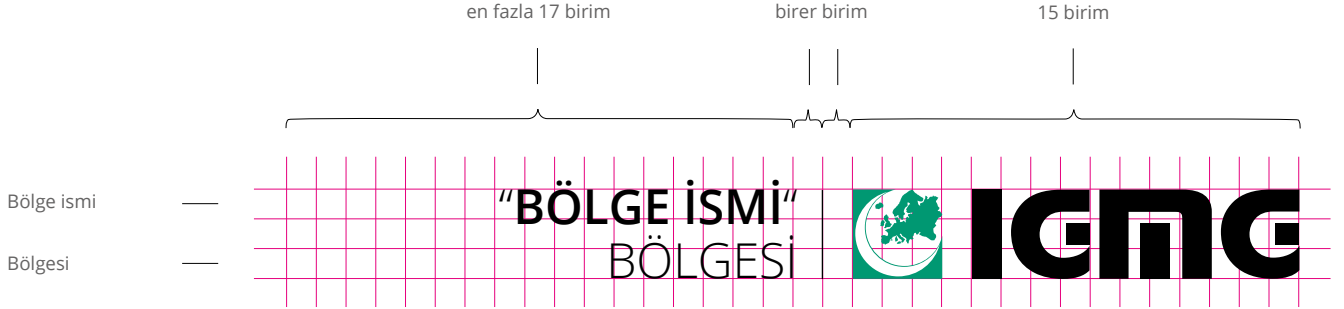


Die Logos der Regional- und Landesverbände setzen sich je nach Verbandsart aus der Konstante „Regionalverband/ Landesverband“ und dem Namen des Verbandes zusammen. Handelt es sich um das Logo einer Abteilung, einer

Frauen- oder Jugendorganisation des Verbandes, dürfen für die Auflistung des Namens maximal vier Zeilen beansprucht werden. Die kleinste bzw. unterste Instanz wird immer fett (Semibold), der Rest dünn (Light) geschrieben.

Beispiele:





Bölge ve eyalet düzeyindeki başkanlıkların logoları bölge biriminin türüne göre sabit olarak "bölge" sözcüğü ile bölge adının birleşiminden oluşmaktadır. Eğer logo teşkilatın bir biriminin, kadınlar veya gençlik teşkilatının logosu ise,

isimlerin sıralanması için toplam dört satır kullanılır. En küçük veya en alt birim daima kalın (Semibold), diğerleri ince (Light) yazılır.

Örnekler:

KÖLN
BÖLGESİ |  **IGNG**

KÖLN
BÖLGESİ
EĞİTİM |  **IGNG**

KÖLN
BÖLGESİ
KADINLAR |  **IGNG**

KÖLN
BÖLGESİ
KADINLAR
EĞİTİM |  **IGNG**

KÖLN
BÖLGESİ
GENÇLİK |  **IGNG**

KÖLN
BÖLGESİ
GENÇLİK
EĞİTİM |  **IGNG**

KÖLN
BÖLGESİ
KADINLAR GENÇLİK |  **IGNG**

KÖLN
BÖLGESİ
KADINLAR
GENÇLİK
EĞİTİM |  **IGNG**

0106 Logos der Ortsvereine Şubelerin Logoları

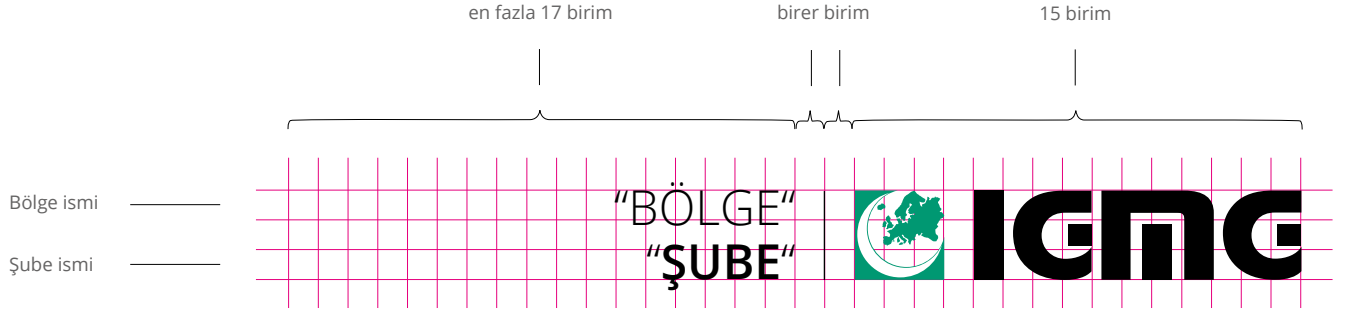


Die Logos der Ortsvereine setzen sich aus dem Namen des jeweiligen Regional-/Landesverbandes und dem Namen des Ortsvereins zusammen. Handelt es sich um das Logo einer Abteilung, einer Frauen- oder Jugendorganisation des

Vereins, dürfen für die Auflistung des Namens maximal vier Zeilen beansprucht werden. Die kleinste bzw. unterste Instanz wird immer fett (Semibold), der Rest dünn (Light) geschrieben.

Beispiele:





Şubelerin logoları bölge/eyalet düzeyindeki bölge başkanlığının ve şube adının birleşiminden oluşur. Eğer logo teşkilatın bir biriminin, kadınlar veya gençlik teşkilatının logosu ise, isimlerin sıralanması için toplam dört satır kullanılır. En

küçük veya en alt birim daima kalın (Semibold), diğerleri ince (Light) yazılır.

Örnekler:

RUHR-A
MESCHEDE |  **IGNG**

RUHR-A
MESCHEDE
EĞİTİM |  **IGNG**

RUHR-A
MESCHEDE
KADINLAR |  **IGNG**

RUHR-A
MESCHEDE
KADINLAR
EĞİTİM |  **IGNG**

RUHR-A
MESCHEDE
GENÇLİK |  **IGNG**

RUHR-A
MESCHEDE
GENÇLİK
EĞİTİM |  **IGNG**

RUHR-A
MESCHEDE
KADINLAR GENÇLİK |  **IGNG**

RUHR-A
MESCHEDE
KADINLAR GENÇLİK
EĞİTİM |  **IGNG**

0107 Logo-Schutzraum Logoyu Koruma Alanı

In sämtlichen Publikationen steht das Logo in einem weißen Identitätsbereich. Der Identitätsbereich gewährleistet eine konkurrenzlose Platzierung des Logos und stärkt so die Wahrnehmung des Absenders in der Öffentlichkeit. In dieser Schutzzone darf kein anderes Element platziert werden. Die Schutzzone ist definiert durch die Höhe und Breite der IGMG-Bildmarke, wobei der Schutzraum nach links doppelt so groß ist als der nach oben, unten und rechts. Bis auf wenige Ausnahmen (Visitenkarte, Webseite, Kuverts) steht das Logo rechts unten als abschließendes Element und bleibt so in Erinnerung.

Logo tüm yayınlarda, teŝhis edilebilecek bir ŝekilde, beyaz zeminli bir kısımda (kimlik bölgesinde) konumlandırılmaldır. Bu kimlik bölgesi, logonun başka unsurlarla rekabet eder duruma düşmeyecek bir ŝekilde yerine yerleŝtirilebilmesi ve mesaj gönderen konumunda olan logo sahibinin kamuoyundaki algılanıŝını güçlendirmeye yardımcı olması içindir. Bu korunmuŝ alanda herhangi bir başka unsur yer almamalıdır. Korunmuŝ alanın boyutları, IGMG görsel ögesinin genişliđi ve yüksekliđiyle tanımlanırken, korunmuŝ alanın logo etrafında oluŝturduđu kenarın genişliđi, sol ve üst, alt ve sađ taraftaki kenarların iki katı genişliđinde olmalıdır. Kartvizit, web sayfası veya zarflar gibi birkaç istisna hariç, logo daima sađ alt kısımda sonlandırıcı unsur olarak yer alır ve böylelikle hatırlanır.



IGMG-Abteilungen
IGMG Birimleri



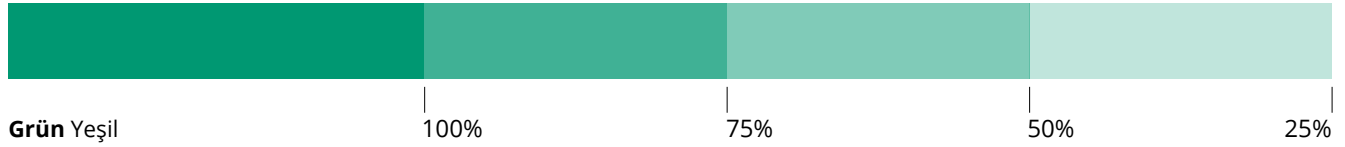
IGMG-Regional-
-/Landesverbände
IGMG Bölgeleri



IGMG-Ortsvereine
IGMG Şubeleri



02 FARBEN RENKLER 0201 Hausfarben Kurumsal Renkler



Pantone 3278 CP
CMYK 99/0/69/0
RGB 0/153/114
Hex #009972
HKS 55N

Die IGMG bleibt seiner Farbe treu. Grün wird als die Farbe des Islam verstanden. Außerdem steht sie als Signalfarbe für das Normale, Unproblematische, Positive oder Ordnungsgemäße.

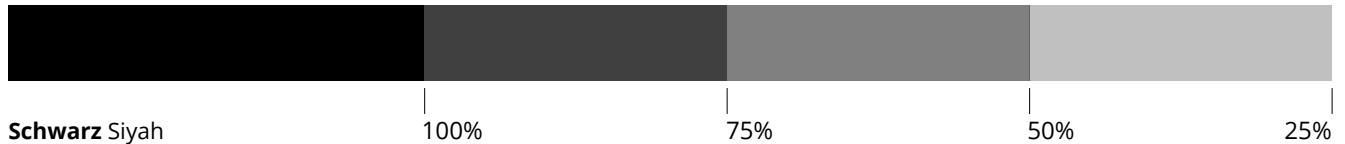
IGMG rengine sadık kalmıştır. Yeşil, İslam'ın rengi olarak bilinir. Ayrıca sinyal rengi olarak yeşil orta yolu, sorunsuzluğu, müspet olanı ve nizâmî olanı temsil eder.

Das neue IGMG-Grün hat jedoch einen leichten Cyanblautich. Cyan steht in der Farbpsychologie für Klarheit und geistige Offenheit.

Yeni IGMG-yeşilinin içinde ise hafif bir camgöbeği mavisi bulunur. Camgöbeği mavisi, renk psikolojisinde netliği ve fikrî açıklığı temsil eder.

Das IGMG-Grün bildet die Hauptfarbe in der CD-Farbpalette. Sie kleidet sowohl die Bildmarke als auch Piktogramme und Designelemente. Sie darf, ähnlich wie alle anderen Farben, in vier Farbstufungen verwendet werden (100, 75, 50 und 25 Prozent).

IGMG-yeşili kurumsal kimliğin renk yelpazesindeki ana renktir. Hem görsel ögenin hem de piktogram ve tasarım unsurlarının rengidir. Bütün diğer renklere olduğu gibi, dört adet renk düzeyinde kullanılabilir (Yüzde 100, 75, 50 ve 25).



CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
Hex #000000

Schwarz ist die Farbe der Typografie. Sowohl die Wortmarke als auch sämtliche Texte werden primär in Schwarz gesetzt.

Siyah, tipografinin rengidir. Tipografik (yazılı) ögenin ve tüm metinlerin dizgileri öncelikli olarak siyah renkle yapılır.

0201 Hilfsfarben Yardımcı Renkler



100% 75% 50% 25%

Lila Eflatun CMYK [80/99/0/0] RGB [92/38/132] Hex [#5c2684] Pantone [268 C]



100% 75% 50% 25%

Orange Turuncu CMYK [0/45/94/0] RGB [245/157/21] Hex [#f59d15] Pantone [124 C]



100% 75% 50% 25%

Türkis Turkuaz CMYK [80/0/30/0] RGB [0/173/186] Hex [#00adba] Pantone [801 C]



100% 75% 50% 25%

Blau Mavi CMYK [100/75/0/10] RGB [1/67/143] Hex [#01438f] Pantone [286 C]



100% 75% 50% 25%

Rot Kırmızı CMYK [20/100/100/0] RGB [197/26/27] Hex [#c51a1b] Pantone [7620 C]

Diese vier Farben sind als Alternative bzw. Ergänzung zur Hausfarbe empfohlen. Um den Wiedererkennungswert zu fördern, wird die Farbpalette auf diese Farben beschränkt.

Bu dört renk kurumsal renge alternatif renkler olarak önerilir. Tanınabilirliği sağlamak amacıyla renk yelpazesi sınırlı tutulmuştur.

Open Sans Regular

ABCÇDEFGĞHIJKLMNOPQRSŞTUVWXYZÄËÖÜÂÎÛØ
abcçdefgğhijklmnopqrsştuvwxyzäëöüâîûø
1234567890 [{}(),.:!?"'"/&ß--*@f\$€\$ | +#<>]

Open Sans Italic

Open Sans Light

Open Sans Light Italic

Open Sans Semibold

Open Sans Semibold Italic

Open Sans Bold Regular

Open Sans Bold Italic

Open Sans Extrabold Regular

Open Sans Extrabold Italic

Open Sans Condensed Light

Open Sans Condensed Light Italic

Die Auswahl der Hausschrift erfolgte unter funktionellen, ästhetischen und konzeptionellen Gesichtspunkten. Die Wahl fiel auf die „Open Sans“, eine lizenzfreie Sans Serif mit vielseitigen Einsatzmöglichkeiten. Ihr vollumfänglicher Zeichensatz (vollständiger Unicode) ermöglicht sowohl die Verwendung aller im Deutschen und Türkischen gebräuchlichen Sonderzeichen als auch den Einsatz jeder anderen auf lateinischen oder kyrillischen Lettern basierenden Schrift. Mit zwölf Schriftschnitten gewährleistet sie typografische Vielfaltigkeit.

Die Open Sans ist eine junge (Erscheinungsdatum: 2010), noch wenig verwendete Schrift und sorgt somit In Web und Print für ein originelles und individuelles Schriftbild. Als Ersatzschrift für das Web wird die in allen gängigen Betriebssystemen installierte Arial empfohlen.

Kurum içi yazı tipinin seçiminde işlevsel, estetik ve kavramsal bakış dikkate alınmıştır. Bu şekilde, hem lisanssız olan hem de çeşitli kullanım imkânları sunan, Sans Serif yazı tiplerinden "Open Sans" tercih edilmiştir. Tam kapsamlı karakter seti (tam Unicode) Almanca ve Türkçe dilinde bulunan tüm özel karakterlerin ve her türlü Latin veya Kiril harfinin kullanımına da imkân sağlamaktadır. On iki yazı kesitiyle tipografik çeşitliliği de sağlamaktadır.

Open Sans henüz yeni (yayın tarihi: 2010) ve az kullanılan bir yazı tipidir, ayrıca hem web hem de matbu ortamda kendine has bir dış görünüm özelliğine sahiptir. Web ortamı için ise yedek yazı olarak tüm yaygın işletim sistemlerinde kullanılan Arial yazı tipi önerilir.

PT Serif Regular

ABCÇDEFGĜHIIJKLMNOPQRSŞTUVWXYZÄËÖÜÂÎÛØ
abcçdefgĝhiijklmnopqrsştuvwxyzäëöüâîûø
1234567890 [{}(),.;:!?“„”/&ß--*@f\$€\$|+#<>]

PT Serif Italic
PT Serif Bold
PT Serif Bold Italic

PT Sans Caption Regular
PT Sans Caption Italic

Ähnlich wie die Open Sans ist auch die „PT Serif“ eine junge und lizenzfreie Schrift. Sie ist die Antiqua unter den beiden Hausschriften. Durch ihre serifenbetonte Art und ihr klassisches Aussehen empfiehlt sie sich für hervorgehobene Zitate und Texte mit geschichtlichen sowie nostalgischen Inhalten, jedoch nicht für das Internet.

“PT Serif“ de Open Sans’a benzer şekilde yeni ve lisanssız bir yazı tipidir. Kurum içi yazı tiplerinin antikasıdır. PT Serif yazı tipi Serif vurgulu ve klasik görünümlü olduğu için, kalın yazıyla vurgulanan alıntılar ve tarihî/nostaljik içerikli metinler için önerilen bir yazı tipidir. Ancak internet için önerilmez.

Empfohlene Schriftgrößen / Zeilenabstände:

Open Sans Regular
Überschrift: 12 Pt
Fließtext: 10 Pt / 14 Pt

PT Serif Regular
Überschrift: 12 Pt
Fließtext: 10 Pt / 14 Pt

Önerilen yazı büyüklükleri / satır aralıkları:

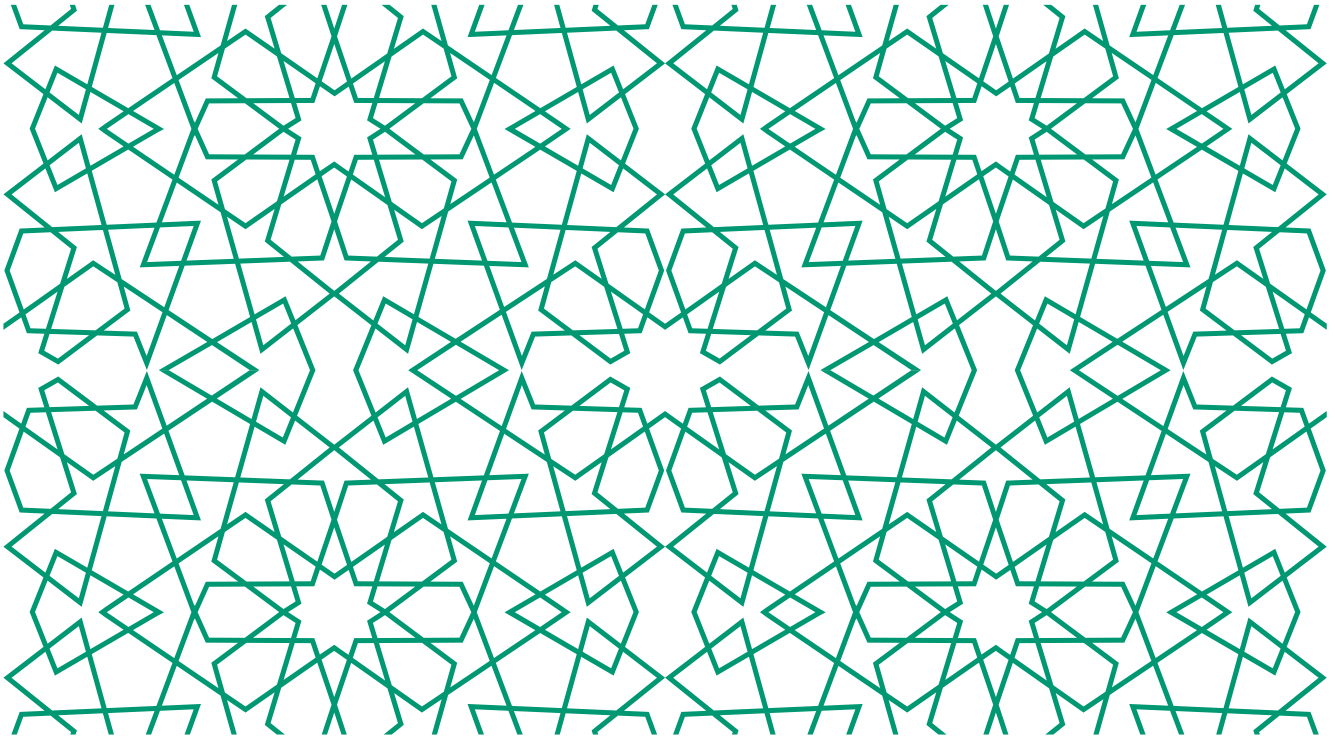
Open Sans Regular
Başlık: 12 Pt
Aralıksız metin: 10 Pt / 14 Pt

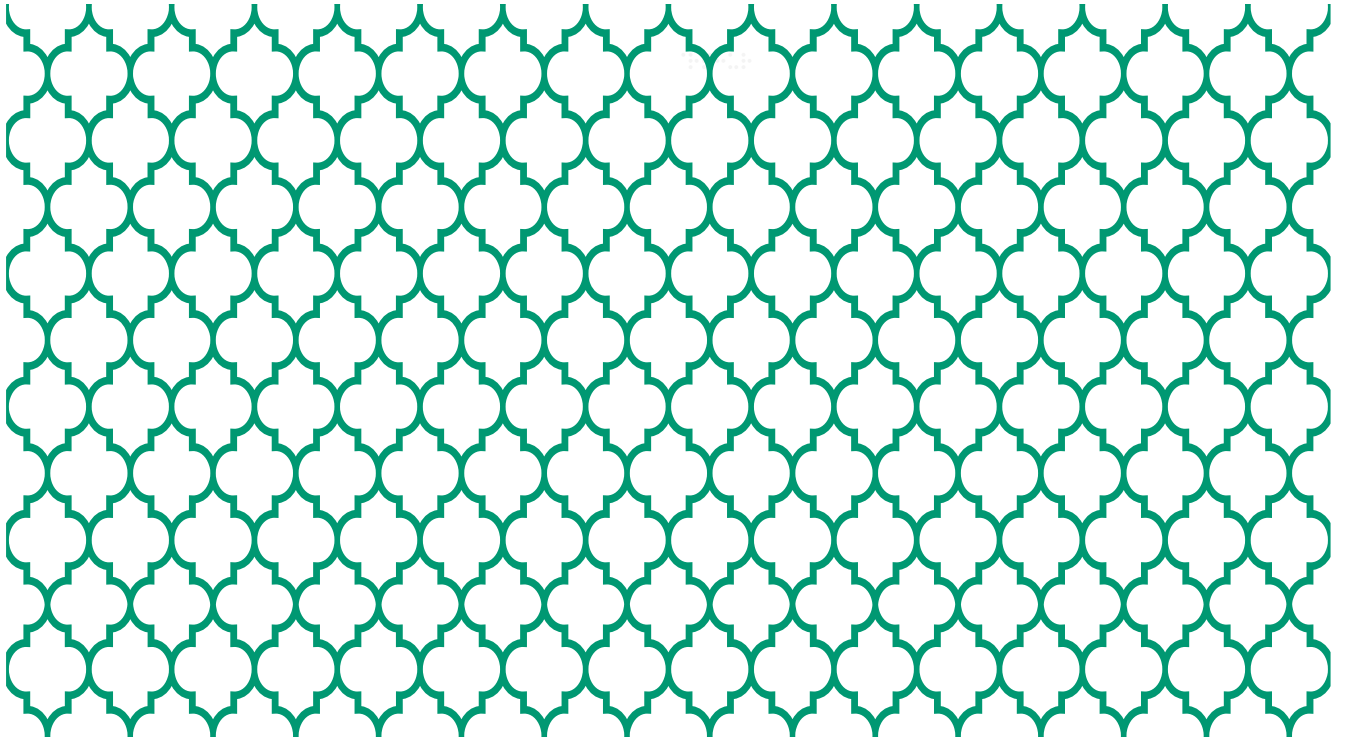
PT Serif Regular
Başlık: 12 Pt
Aralıksız metin: 10 Pt / 14 Pt

04 ORNAMENTE SÜS ÖGELERİ

Ornamente sind die Schmuckelemente eines jeden Corporate Designs. Da, wo Schrift und Farbe nicht für genug Pep sorgen, werden diese zwei orientalischen Motive eingesetzt. Die strenge Auswahl dient dem einheitlichen Auftritt und dem Wiedererkennungswert, wobei die Farben der Ornamente aus der IGMG-Farbpalette frei gewählt werden können.

Desenler her kurumsal kimliğin bir parçasıdır. Yazı ve renklerin yeterince canlılık sağlamaması hâlinde aşağıdaki üç Şark deseni kullanılır. Seçimin sıkı tutulması, tekdüzenli bir görünüm ve tanınabilirlik değerini güçlendirmek içindir. Desenler IGMG renk yelpazesinden istenildiği gibi seçilebilir.





05 FOTOS FOTOĞRAFLAR 0501 Fotoauswahl Fotoğraf Kullanımı

Fotos sind ein wichtiger Bestandteil des Corporate Designs. Kein grafisches Element spiegelt Werte besser wieder. Daher ist die Wahl der richtigen Fotos von entscheidender Bedeutung für die Kommunikation – insbesondere nach außen. Zentrale Elemente der Fotos sind Menschen. Ihre Charaktereigenschaften wecken starke Assoziationen mit der IGMG und machen Werte wie das Streben nach dem Guten, Selbstlosigkeit, Solidarität und den Einsatz für Gerechtigkeit lebendig und greifbar.

Stil

Die Fotos sollten natürlich, authentisch, aber nicht künstlich verändert oder manipuliert sein. Fotos mit einer schlechten Qualität dürfen nicht verwendet werden.

Farben

Wenn möglich, sollten die Fotos die Hausfarben enthalten – zum Beispiel auf Kleidungen oder Accessoires. Sie sollten jedoch nie den Eindruck erwecken, sie seien dem Bild hinzugefügt worden. Helle und warme Farben werden präferiert.

Komposition

Jedes Foto sollte eine kleine Geschichte erzählen und Spannung erzeugen – zum Beispiel durch ihre Kontraste (klein/groß, nah/weit, hell/dunkel, etc.), einem speziellen Winkel oder einem ungewöhnlichen Fokus. Fotos können auch Kombinationen aus dem Klassischem und dem Heute enthalten (z. B. historische Architektur, modern gekleidete Menschen). Gewöhnliches hingegen sollte vermieden werden.

Fotoğraflar kurumsal kimliğin önemli bir bileşenidir. Hiçbir grafik unsuru, manevi değerleri fotoğraflardan daha iyi ifade edemez. Bundan dolayı fotoğrafların doğru seçimi iletişim için, özellikle de dışarıyla iletişim için kilit konumdadır. Ana unsurları insan olan fotoğrafların karakter yapıları IGMG ile ilgili kuvvetli çağrışımlar uyandırmaktadır ve iyilik için gayret, fedakârlık, dayanışma ve adaletin gerçekleşmesi için çaba sarfetmek gibi değerlerin idrak edilebilmesini sağlar.

Stil

Fotoğraflar doğal, özgün, ama suni şekilde değiştirilmiş veya üzerlerinde oynanmamış olmalıdırlar. Kalitesi kötü fotoğraflar kullanılmamalıdır.

Renkler

Fotoğraflar mümkün olduğu kadar kurum renklerini içermelidirler; örneğin giyisiler ve aksesuarlar üzerinde bu renkler bulunabilmelidir. Ancak hiçbir zaman fotoğrafa sonradan ilave edilmiş gibi bir izlenim bırakmamalıdırlar. Açık ve sıcak renkler tercih edilmelidir.

Kompozisyon

Her fotoğraf bir hikâye anlatmalı, heyecan vermelidir. Örneğin (küçük/büyük, yakın/uzak, aydınlık/karanlık gibi) kontrastlar, özel bir açı veya sıra dışı bir odak noktası kullanılabilir. Fotoğraflar klasik zamanın ve bugünün karışım ve kombinasyonlarını içerebilir (örneğin; tarihî, mimari eserler ve modern giyisiler taşıyan insanlar). Sıradan ve alışılmamış içeriklerden kaçınılmalıdır.

0502 Porträt Portre



Verschränkte Arme, Schulter nach vorne, ein kühler oder herabfallender Blick können Anzeichen für Verschlossenheit, Unsicherheit oder Arroganz sein.

Göğüs üzerinde bağlanmış kollar, öne doğru bükük omuzlar, soğuk veya aşağıya doğru bakışlar, içine kapanıklık, kendine güvensizlik veya kibir alametleri olarak yansiyabilir.

Die porträtierte Person und der Betrachter sollten sich auf Augenhöhe begegnen. Eine positive Haltung, ein authentisches Lächeln sowie angemessene Kleidung (je nach Position) sind für eine gute nonverbale Kommunikation unabdingbar. Eine technisch gute Vorbereitung sowie ein Vorgespräch mit der porträtierten Person, helfen beiden Seiten Hemmungen abzubauen.

Portresi çekilen kişi ve fotoğrafa bakan kişi aynı göz seviyesinde karşılaşmalıdır. Müspet bir duruş, özgün bir gülümseme ve (kişinin pozisyonuna göre) uygun giysiler, iyi bir sözsüz iletişim için vazgeçilmez unsurlardır. Teknik gereksinimlerin iyi hazırlanmış olması ve portresi yapılacak kişiyle bir ön görüşmenin yapılması, iki tarafın da birbirine karşı çekingen davranmalarını önlemekte yardımcı olacaktır.



Arme hinter dem Rücken können als Unterordnung verstanden werden. Eine labile Körperhaltung, ein versenkter Kopf und ein verliebtes Lächeln wirken nicht ernst. Kollarin arka tarafta bağlanmış hâlden ise kişinin birisinin buyruğuna girmeye meyilli olduğu düşüncesi çıkarılabilir. Kararsız bir duruş şekli, aşağıya dönük bir kafa ve âşıkane bir gülümseyiş, ciddiyetsizliğin ifadesi olarak dikkat çekebilir.



06 PIKTOGRAMME PİKTOGRAMLAR



Facebook



YouTube



Twitter



Snapchat



Flickr



Instagram


Die Piktogramme können auch in anderen Farben als hier dargestellt verwendet werden. Werden mehrere Piktogramme abgebildet, müssen sie alle eine einheitliche Farbe haben (grün, schwarz etc.).

07 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG OFİS MALZEMELERİ

Um eine stringente Form des öffentlichen Auftretens gewährleisten zu können, ist ein sogenannter „Roter Faden“ in der Kommunikation unabdingbar. Ob im schriftlichen Verkehr (z. B. Brief und Fax), in der Werbung oder in Anzeigen; jede Art von Kommunikation nach innen und außen, digital oder print, muss einheitlich wirken und den – in diesem Manual festgelegten – Normen entsprechen. Nur so kann die IGMG stimmig und in sich geschlossen auftreten, für Transparenz und Kohärenz sorgen und einen Wiedererkennungswert erschaffen.

Kamuoyu önüne çıkış tarzlarını bağlayıcı ve inandırıcı bir şekilde sokabilmek için iletişim çalışmalarında sürekli takip edilen bir “kılavuz çizgisi” bulunmalıdır. İster (örneğin mektup ve faks ile yapılan) yazışmalarda, reklamlarda veya yayınlanan ilanlarda olsun, ister dijital veya baskı şeklinde içeriye veya dışarıya yönelik her türlü iletişim faaliyetinde, tekdüze bir görünüme sahip olmalıdır ve bu görünüm kılavuzda tespit edilen normlara uygun olmalıdır. IGMG, ancak bu şekilde kendi içinde uyumluluk ve bütünlük arz eder, şeffaflığı ve tutarlılığı sağlayabilir, kendini tekrar tanıtılabileceği unsurları oluşturabilir.

0701 Zentrale Genel Merkez




■ IGMG e. V. | Boschstraße 61-65, D-50171 Kerpen

Bearbeitet von: Durchwählt: Fax: E-Mail: Datum:

IGMG-Islamische Gemeinschaft Milli Görüş e. V. | İslam Toplumu Milli Görüş
Boschstraße 61-65 | D-50171 Kerpen | T +49 2237 656-0 | F +49 2237 656-555
info@igmg.org | www.igmg.org | f a igmgorg | Amtsgericht Köln, VR 17018

Briefpapier (Deutsch) Antetli kağıt (Almanca)



Empfänger: Alıcı

Fax: Faks:

Absender: Gönderen:

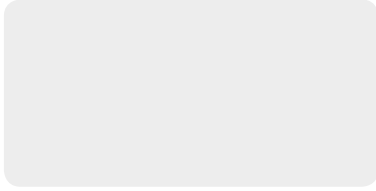
Fax: Faks:
Durchwahl: Dahili Tel. No.:
Ort, Datum: Yer, Tarih:

IGMG-Islamische Gemeinschaft Milli Görüş e. V. | İslam Toplumu Milli Görüş
Boschstraße 61-65 | D-50171 Kerpen | T +49 2237 656-0 | F +49 2237 656-555
info@igmg.org | www.igmg.org | f a igmgorg | Amtsgericht Köln, VR 17018

Faxpapier Faks kağıdı



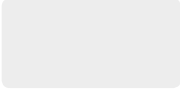
IGMG - Islamische Gemeinschaft Millî Görüş e. V. | Islam Toplumu Millî Görüş
Colonia-Allee 3 | D-51067 Köln | T +49 221 942240-100 | F +49 221 942240-101



Kuvert mit und ohne Fenster
Pencereli ve penceresiz antetli zarf



IGMG - Islamische Gemeinschaft Millî Görüş e. V. | Islam Toplumu Millî Görüş
Colonia-Allee 3 | D-51067 Köln | T +49 221 942240-100 | F +49 221 942240-101



Versandtaschen mit und ohne Fenster
Pencereli ve penceresiz torba zarf



Kemal Ergün

Genel Başkan

İslam Toplumu Millî Görüş

Colonia-Allee 3 | D-51067 Köln

T +49 221 942240-105 | F +49 221 942240-201 | M +49 178 6993825

kergun@img.org | www.img.org | f t i igmgorg



Kemal Ergün

Vorsitzender / Chairman

IGMG - Islamische Gemeinschaft Millî Görüş e. V.

Islamic Community Millî Görüş

Colonia-Allee 3 | D-51067 Köln

T +49 221 942240-105 | F +49 221 942240-201 | M +49 178 6993825

kergun@img.org | www.img.org | f t i igmgorg

Visitenkarte Kartvizit

Mit der Bitte um	<input type="checkbox"/> Rückruf / Geri aranması ricasıyla	Abs. / Gön. _____	
	<input type="checkbox"/> Bearbeitung / İşleme konulması ricasıyla	T _____	
	<input type="checkbox"/> Weiterleitung / İletilmesi ricasıyla	F _____	Ort / Yer _____
	<input type="checkbox"/> Kenntnisnahme / Bilginize	E _____	Datum / Tarih ____/____/____
	<input type="checkbox"/> Rückgabe / İade edilmesi ricasıyla		
	<input type="checkbox"/> _____		

Kurznotiz Not kağıdı



Ordner-Rücken
Klasör Sırtlığı



CD-Label CD etiketi

0702 Regionalverbände/Ortsvereine Bölgeler/Şubeler

Ähnlich wie bei den Logos, ist auch die Anpassung der Geschäftsausstattung der Verbände und Vereine an das neue Corporate Design vonnöten. Nur so kann auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene ein einheitliches Auftreten garantiert werden.

Je nach Produkt kann das Logo oben rechts oder unten rechts stehen. Bei Letzterem ist darauf zu achten, dass der Zusatz links vom Logo nach oben erweitert wird – nicht nach unten (siehe Beispiel).

Logolarda olduğu gibi bölgelerin ve şubelerin ofis malzemelerinin de yeni kurumsal kimliğe göre uyarlanması gerekmektedir. Ancak bu şekilde yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası çapta üniter bir görünüm sağlanabilecektir.

Logo, ürünün cinsine göre sağ üst veya sağ alt kısımda konumlandırılabilir. Sağ alt konuma yerleştirilen logoda, ona eklenecek ilavelerin logonun solundan yukarıya doğru eklenmesi gerektiğine dikkat edilmelidir (örneğe bakınız).

Logo im Dokument oben
Logonun dokümanın üst
kısımındaki görünümü



Logo im Dokument unten
Logonun dokümanın alt
kısımındaki görünümü



IGMG Regionalverband Köln e. V.
Merheimer Straße 229, D-50733 Köln

Bearbeitet von:

Durchwahl:




E-Mail:

Datum:

MUSTER
ÖRNEK

IGMG Regionalverband Köln e. V.
Merheimer Straße 229 | D-50733 Köln | T +49 221 97304525 | F +49 221 97304510
regionalverband-koeln@igmg.org | www.igmg.org |    igmgorg

Abdullah Kuloğlu
Vorsitzender Başkan

IGMG Regionalverband Köln e. V.
Merheimer Straße 229 | D-50733 Köln
T +49 221 97304525 | F +49 221 97304510 | M +49 123 3456789
regionalverband-koeln@igmg.org | www.igmg.org |    igmgorg

Regionalverband
Bölge

IGMG Ortsverein Meschede e. V.
Am Bahnhof 2, D-59872 Meschede-Wehrstapel

Bearbeitet von:

Durchwahl:

E-Mail:

Datum:

MUSTER
ÖRNEK

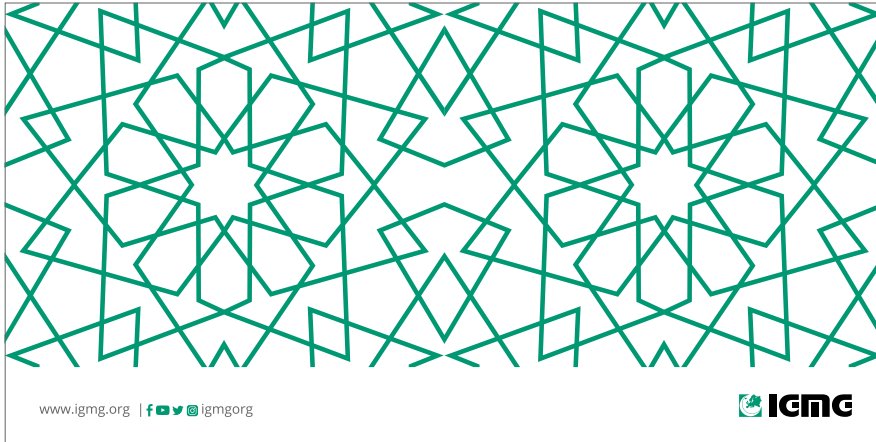
IGMG Ortsverein Meschede e. V.
Am Bahnhof 2 | D-59872 Meschede-Wehrstapel | T +49 291 9023839 | F +49 291 9024266
igmg-meschede@gmx.de | www.igmg.org |    igmgorg

Abdullah Kuloğlu
Vorsitzender Başkan

IGMG Ortsverein Meschede e. V.
Am Bahnhof 2 | D-59872 Meschede-Wehrstapel
T +49 291 9023839 | F +49 291 9024266 | M +49 123 3456789
igmg-meschede@gmx.de | www.igmg.org |    igmgorg

Ortsverein
Şube

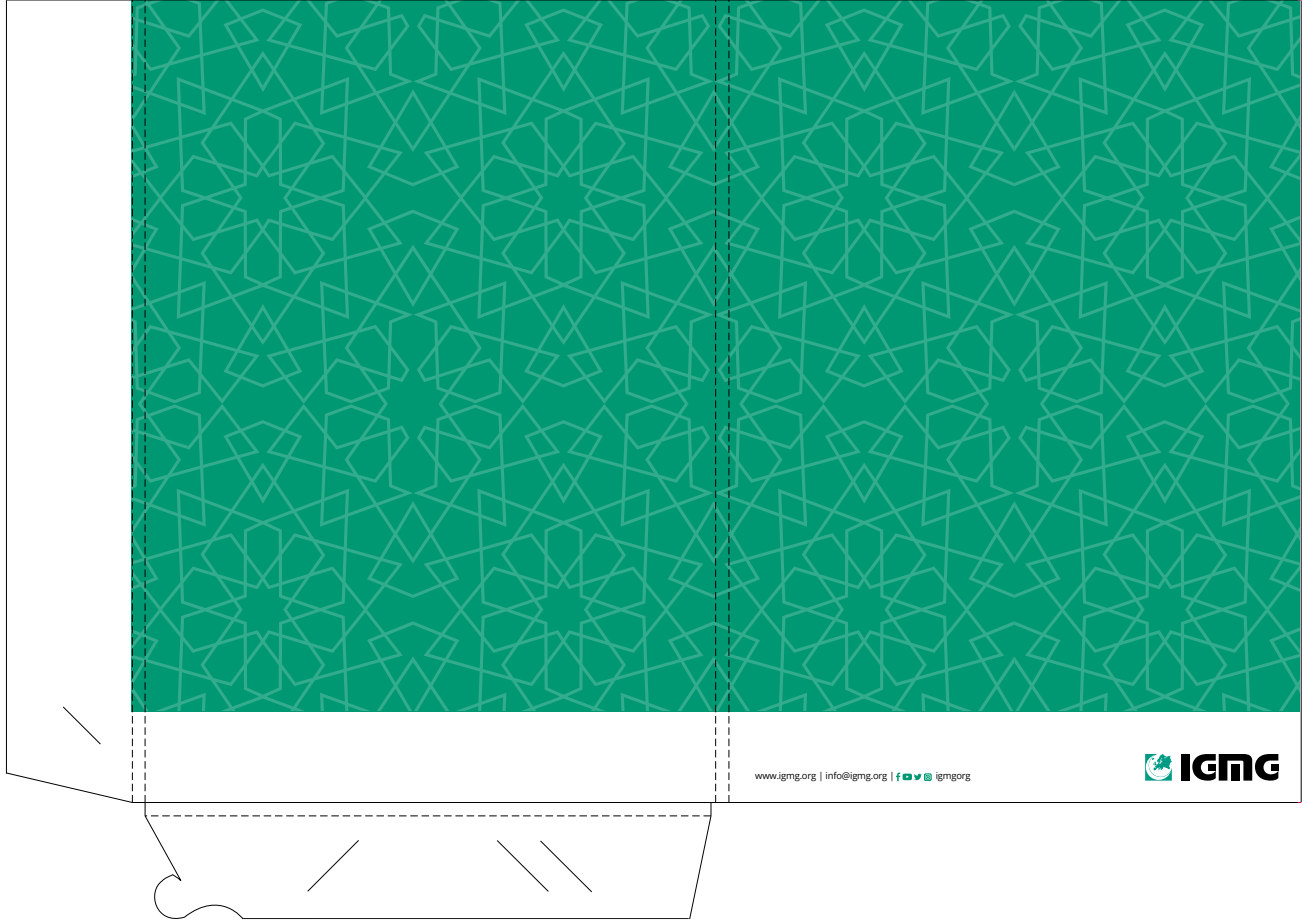
08 PRESSE- UND VERANSTALTUNGSMATERIALIEN TANITIM MATERYALLERİ



Einladungskarte
Davetiye Kartı



PowerPoint-Folie PowerPoint Sunumu



Pressemappe Basın Dosyası

Prof. Dr.

Abdullah Kulođlu

Gastredner

Misafir Konuřmacı



Namensschild Tisch

Masa Kartı

Prof. Dr.

Abdullah Kulođlu

Gastredner

Misafir Konuřmacı



Namensschild querformat Yaka Kartı Yatay

Prof. Dr.

**Abdullah
Kulođlu**

Gastredner

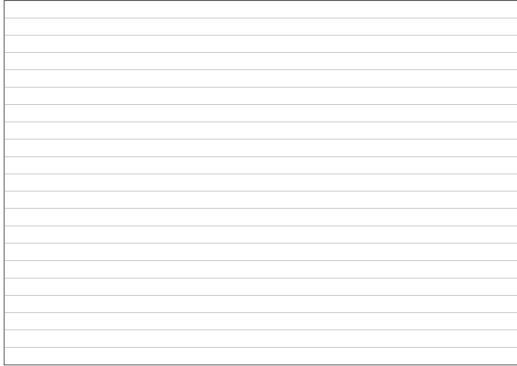
Misafir Konuřmacı



Namensschild

hochformat

Yaka Kartı Dikey



Präsentationskarte
Sunum Kartı



Pressewand Röportaj Panosu

09 WERBEMITTEL TANITIM MATERYALLERİ

Werbemittel sind wichtige Übermittler, wenn es darum geht, Veranstaltungen, Projekte oder andere Aktivitäten bekanntzumachen. Umso wichtiger ist ein aufgeräumtes und einheitliches Auftreten. Ob auf Flyern, Plakaten oder einfachen Lesezeichen soll auf den ersten Blick erkennbar sein, wer Träger ist. Das schafft Vertrauen und vermittelt dem Betrachter Offenheit und Transparenz. Die minimalistische Designvorgabe am unteren Rand erlaubt größtmögliche Flexibilität und Freiheit bei der Gestaltung.

Tanıtım materyalleri, toplantı, proje ve diđer faaliyetlerin tanıtımı için önemli araçlardır. Düzenli ve tutarlı bir görünümün sağlanması da bir o kadar önemlidir. İster el ilanları, afişler veya basit ayraçlar olsun, asıl kurumun kim olduğu ilk bakışta görülebilmelidir. Bu güvenilirliği sağlar ve bakanda açıklık ve şeffaflık imajını uyandırır. Alt kenardaki minimalist dizayn yönergeleri ise şekillendirmede büyük çapta esneklik ve özgürlük sağlamaktadır.



DIN Lang
Flyer
DIN Uzun
El İlanı



www.igmg.org | [f](#) [t](#) [@](#) igmgorg



DIN A0-A6
Flyer/Plakate El İlanı/Afiş



www.igmg.org | [f](#) [t](#) [@](#) igmgorg



Plakate/RollUp/Lesezeichen
Afiş/Rollup/Ayraç

MEHRSPRACHIGE WERBEMITTEL ÇİFT DİLLİ TANITIM MATERYALLERİ

Bei mehrsprachigen Werbemitteln ist es wichtig, die Fußzeile ebenfalls mehrsprachig zu gestalten. Der Betrachter des Werbemittels sollte ohne Sprachbarrieren die Möglichkeit haben, über den Veranstalter informiert zu werden. Zu diesem Zweck wurden folgende Werbemittel exemplarisch gestaltet. Sie stellen Beispiele dar, wie mehrsprachige Werbemittel aussehen können, es ist keine abschließende Auflistung.

Çok dilli tanıtım materyallerinde alt kısmın da çok dilli olması önemlidir. Materyali eline alan kişi organizasyon sahibi hakkında sorunsuz bir şekilde bilgi edinebilmelidir. Aşağıdaki tanıtım materyalleri örnek olması için bu amaçla sunulmaktadır. Bunlar çok dilli tanıtım materyallerinin nasıl gözükebileceğini gösterme amacı taşımaktadır.



DIN Lang
Flyer
DIN Uzun
El İlanı



Ruhr-A Meschede Bildung | Ruhr-A Meschede Eğitim
www.igmg.org | info@igmg.org | f t v i igmgorg



DIN A0-A6
Flyer/Plakate El İlanı/Afiş



Regionalverband Köln Bildung | Köln Bölgesi Eğitim
www.igmg.org | info@igmg.org | f t v i igmgorg



Plakate/RollUp/Lesezeichen
Afiş/Rollup/Ayraç

10 PROMOTIONSARTIKEL PROMOSYON ÜRÜNLERİ



Kugelschreiber
Kalem



USB-Stick
USB Bellek



Tasche Çanta



Flagge
Bayrak



Tasse
Kupa Bardak



T-Shirt Tişört



Kappe Kasket



Regenschirm Şemsiye



Schlüsselband
Anahtarlık

11 BESCHILDERUNG LEVHALAR

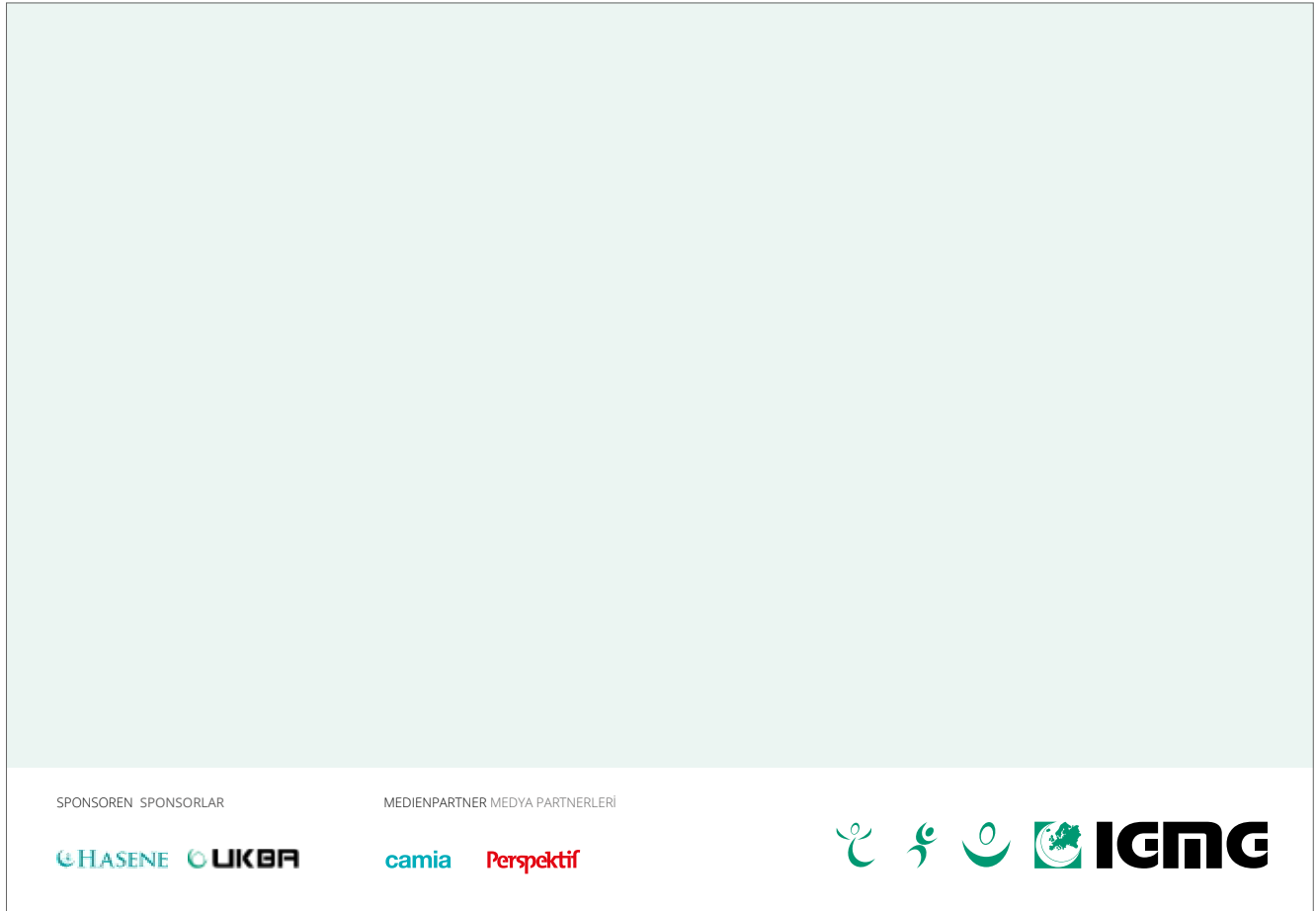


Türschild
Ofis Levhası



Flurbeschilderung
Koridor Levhaları

12 KOOPERATION/SPONSORING İŞ BİRLİĞİ/SPONSOR



Partner-Logos werden mit einem Abstand der IGMG-Bildmarkenbreite links vom IGMG-Logo platziert. Logos der Sponsoren und Medienpartner werden von links nach rechts gesetzt, damit sie nicht mit den Veranstalter-Logos konkurrieren.

Partner logoları IGMG logosundaki görsel ögenin genişliği kadar bir mesafeyle IGMG logosunun sol tarafına konumlandırılır. Sponsor ve medya partnerlerinin logoları soldan sağa doğru sıralanır, böylece asıl organizatörün logolarıyla rekabet etmezler.

13 BÜHNENDESIGN SAHNE DEKORU

Beim Bühnendesign wird besonders auf Seriosität und Schlichtheit wert gelegt. Ein von Elementen (Logos, Grafiken, Dekoration etc.) und Informationen (Webadresse, Telefon, Fax etc.) überfülltes Bühnenbild lenkt den Zuschauer von der wesentlichen Show ab.

Leinwand Beyaz perde



Sahne dekorunda ciddiyet ve sadeliğe dikkat edilir. Ögeler (Logo, grafik, dekorasyon vs.) ve bilgilerle (internet adresi, telefon ve faks numarası vs.) dolu olan bir sahne tablosu, seyircinin gösteriye yoğunlaşması gereken dikkatini dağıtacaktır.



