

Design Update

Styleguide 2025



Wir gestalten Lebens- und Erfahrungsräume für Kinder und Ihre Familien. In unseren Kinder- und Familienzentren schaffen wir eine sichere und geborgene Umgebung, in der jedes Kind in seiner Einzigartigkeit gesehen und gefördert wird. Durch gegenseitige Wertschätzung und Respekt bilden wir eine Gemeinschaft, in der Familien und Fachkräfte partnerschaftlich zusammenarbeiten. Wir leben und vermitteln demokratische Werte. Wir zeigen uns weltoffen und begreifen Vielfalt als Chance. Wir kennen die Besonderheiten in unseren Stadtteilen und berücksichtigen die Bedürfnisse der Familien im jeweiligen Umfeld. Kindern und ihren Familien bieten wir Orientierung für ihre alltäglichen Herausforderungen. Durch unsere innovativen Ansätze und Programme gestalten wir die Pädagogik der Zukunft.

Der KiTa Bremen Markenauftritt spiegelt unser Selbstverständnis wieder und wird durch drei zentrale Aspekte bestimmt:

Er vermittelt **Vielfalt** durch eine bunte Farb- und Formenwelt, **Wertschätzung** durch eine sensible Bildsprache sowie **Verlässlichkeit und Stabilität** durch eine klare Gliederung.

A Basis-CD

1	Logo	7
1.1	Schutzraum	8
1.2	Farbdarstellungen	9
1.3	Don'ts	10
2	Logo & Bezeichnung	11
2.1	Proportionen	12
2.2	Positionierung	13
2.3	Farbdarstellungen	14
3	Markenclaim	15
3.1	Einsatz	16
4	Farben	18
4.1	Hausfarben	19
4.2	Zusatzfarben & Fondfarbe	20
5	Typografie	21
5.1	Schnitte	22
5.2	Einsatz	23
5.3	Fallback Systemschrift	24

6	Grafische Elemente	25
6.1	Weißraum	26
6.2	Gepunktete Linien	27
6.3	Bunte Bälle	28
7	Icons	29
8	Formate & Raster	31
8.1	Raster DIN A4	32
8.2	Raster DIN A4 für Formulare	34
8.3	Raster DIN A5	36
8.4	Raster DIN lang hoch	37
8.5	Raster DIN lang quer	38
8.6	Raster DIN A1 / DIN A3	39
8.7	Raster 850 × 2.100 mm (Roll-Ups)	40

B Zielgruppen & Gestaltungslinien

9	Zielgruppen	42
10	Gestaltungslinie Fachkräfte	43
10.1	Farbigkeit	44
10.2	Bildwelt	45
10.3	Anwendungen extern (Recruiting)	50
10.4	Anwendungen intern (Bindung)	53
11	Gestaltungslinie Familien & Öffentlichkeit	57
11.1	Farbigkeit	58
11.2	Bildwelt	59
11.3	Anwendungen	61
11.4	METACOM-Illustrationen	62
11.5	Ausblick	63
12	Gestaltungslinie Fachöffentlichkeit	64
12.1	Anwendungsbeispiele	65

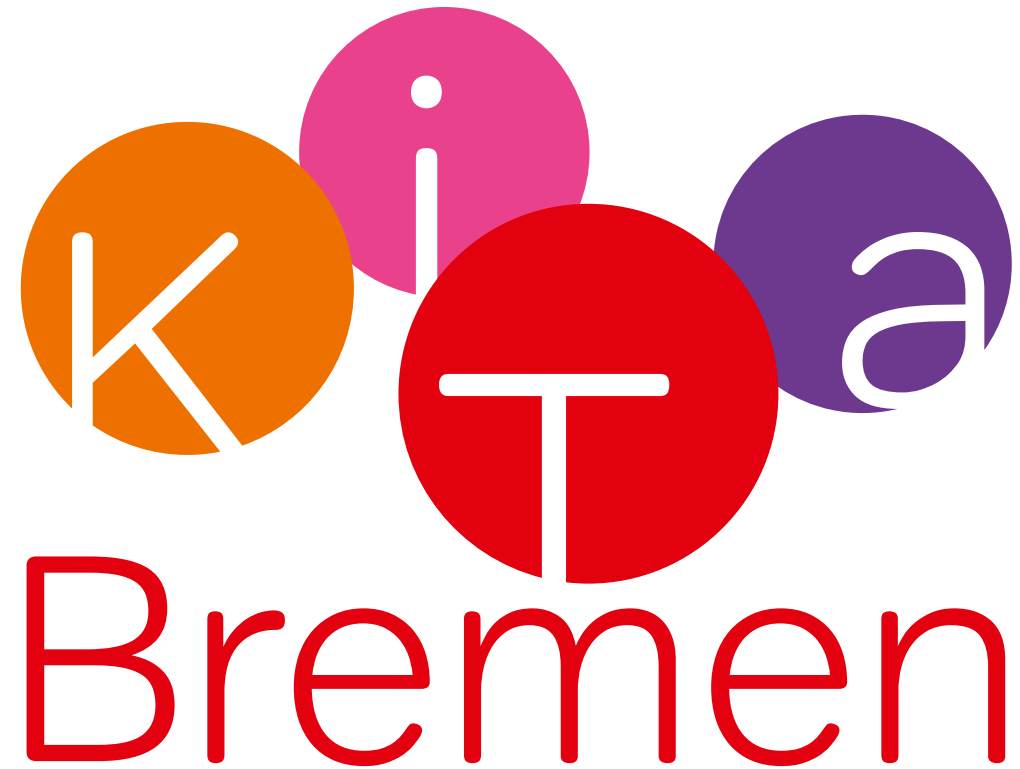
Impressum / Kontakt	71
---------------------	----

Basis-CD



1 Logo

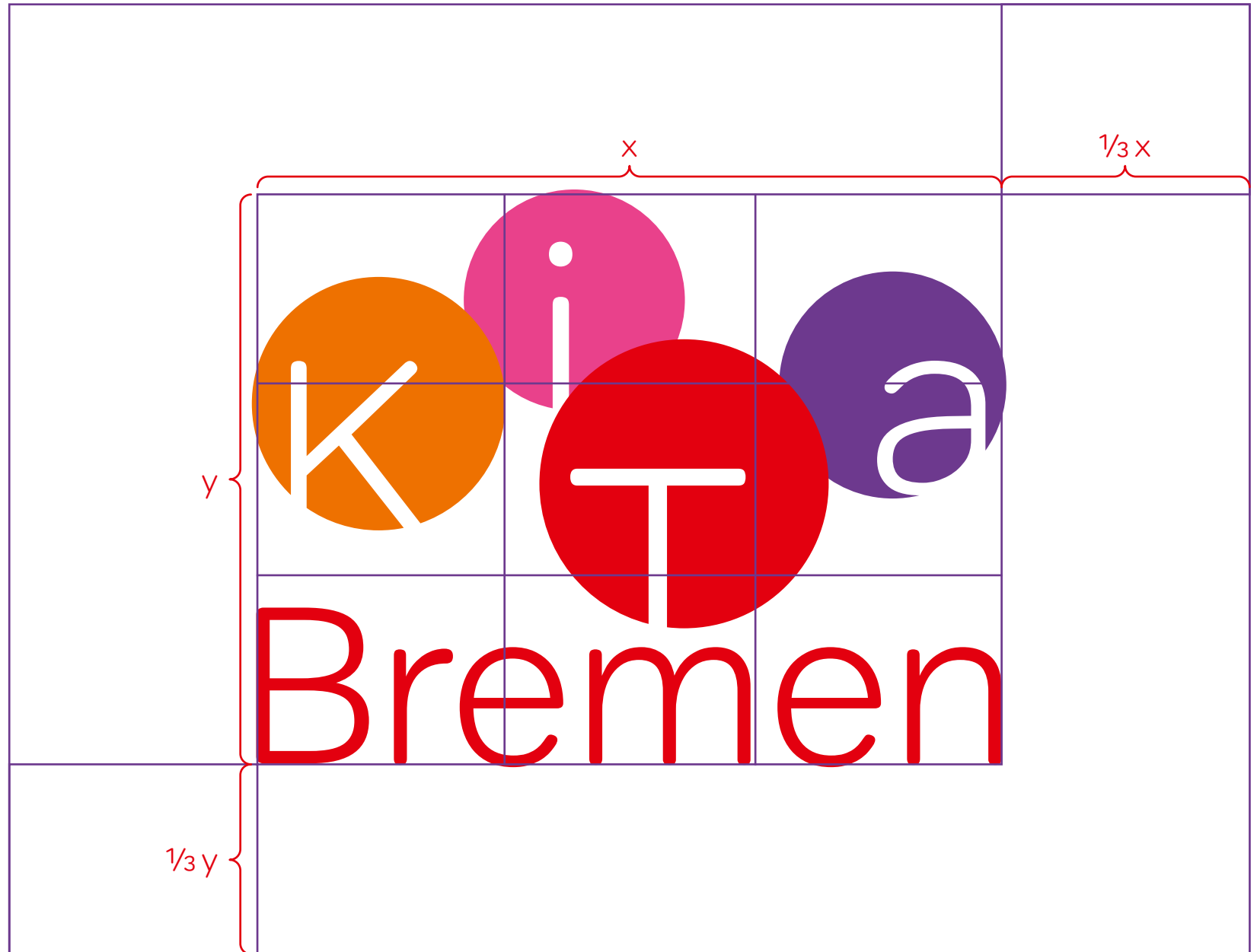
Das eingeführte Markenlogo wird auf allen Medien konsequent in der hier dargestellten 2D-Umsetzung verwendet.



1.1 Logo Schutzraum

Der einzuhaltende Schutzraum ergibt sich wie folgt:

Nach oben und unten gilt ein Drittel der Logohöhe, nach links und rechts ein Drittel der Logobreite.

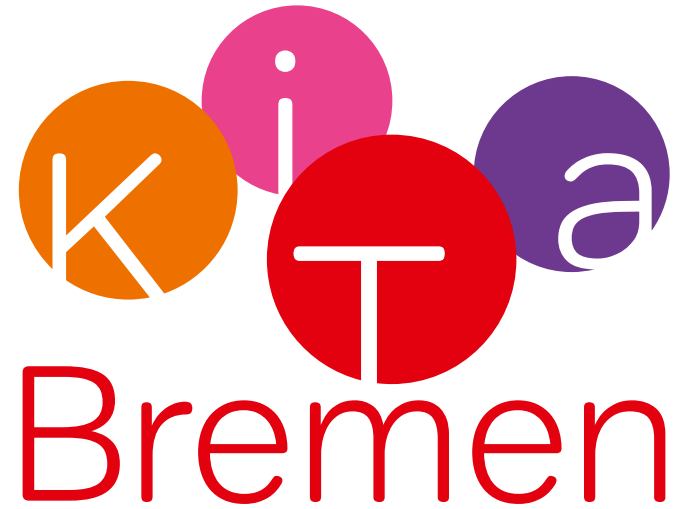


1.2 Logo Farbdarstellungen

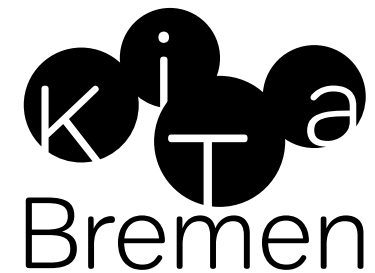
Grundsätzlich ist immer die bunte Farbversion des Logos auf weißem Hintergrund zu verwenden **(a)**.

Nur dann, wenn die farbige Reproduktion technisch nicht möglich ist, darf auf die hier dargestellte Ausnahme zurückgegriffen werden:

(b) schwarz auf weißem Hintergrund
(z. B. bei s/w-Anzeigen)



(a)
Nach Möglichkeit immer zu verwenden: bunte Darstellung auf weißem Hintergrund.



(b)
Ausnahme: 1C schwarz auf weißem Hintergrund

1.3 Logo Don'ts

Das KiTa Bremen Markenlogo darf ausschließlich in den zuvor beschriebenen Varianten eingesetzt werden (vgl. 1.2).

Andere Darstellungen, insbesondere die hier skizzierten, sind nicht erlaubt.



Nicht erlaubt:
Wiedergabe
auf farbigem
Hintergrund



Nicht erlaubt:
Platzierung auf
einem Bild



Nicht erlaubt:
Wiedergabe mit
vertauschten
Farben



Nicht erlaubt:
Einfärben des
Logos



Nicht erlaubt:
Aufgerasterte
Graustufen-
Umsetzung



Nicht erlaubt:
Negativ-
Umsetzung

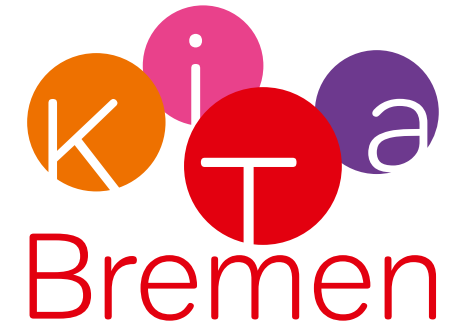
2 Logo & Bezeichnung

Zusätzlich zum Logo wird in KiTa-Bremen-eigenen Medien die ausführliche Bezeichnung der Institution „KiTa Bremen – Bremens städtische Kinder- und Familienzentren“ angegeben.

Sie wird dreizeilig in bold und regular gesetzt. Es gibt eine links- und eine rechtsbündige Variante.

Die Bezeichnung ist fester Bestandteil der Titelgestaltung, wird aber **nicht** als Unterzeile eingesetzt, sondern getrennt vom Logo platziert.

(Die Formulierung „Eigenbetrieb der Stadtgemeinde Bremen“ ist kein eigentliches Gestaltungselement. Sie wird nur in Impressen oder Adressangaben verwendet.)



KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

2.1 **Logo & Bezeichnung**
Proportionen

Für die Größe im Verhältnis zum Logo sind die beiden hier dargestellten Varianten erlaubt:

- (a) z.B. für Broschüren, Plakate, Roll-Ups
- (b) z.B. für Karten, Flyer, A4-Blätter

(Für die jeweiligen Maßangaben vgl. 8 ff. Formate & Raster)

(a)
Bezeichnung in identischer Breite zum Logo

(b)
Breite der zweiten Zeile
identisch zur Breite des Logos

		
KiTa Bremen Bremens städtische Kinder- und Familienzentren		KiTa Bremen Bremens städtische Kinder- und Familienzentren
KiTa Bremen Bremens städtische Kinder- und Familienzentren		KiTa Bremen Bremens städtische Kinder- und Familienzentren

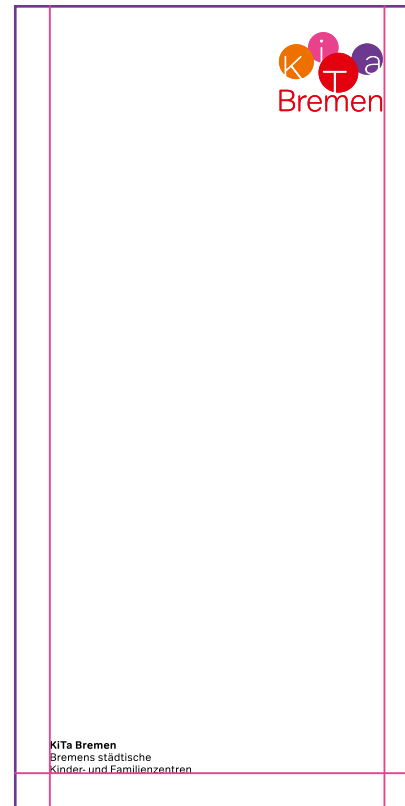
2.2 Logo & Bezeichnung

Positionierung

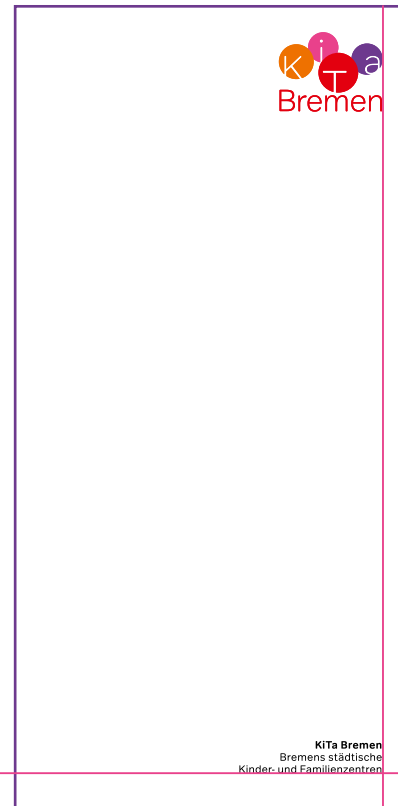
Prinzipiell gibt es drei Varianten für die Positionierung von Logo und Bezeichnung:

- (a)** Logo oben rechts, Bezeichnung unten links
- (b)** Logo oben rechts, Bezeichnung unten rechts
- (c)** Logo unten rechts, Bezeichnung unten links

(Für die jeweiligen Maßangaben vgl. 8 ff. Formate & Raster)



(a)
Logo oben rechts, Bezeichnung unten links im linksbündigen Satz, Abstände zum linken bzw. rechten Formatrand identisch



(b)
Logo oben rechts, Bezeichnung unten rechts im rechtsbündigen Satz mit identischem Abstand zum rechten Formatrand



(c)
Logo unten rechts, Bezeichnung unten links im linksbündigen Satz, Abstände zum linken bzw. rechten Formatrand identisch, Bezeichnung unten bündig mit Logo

2.3 Logo & Bezeichnung

Farbdarstellungen

Die Bezeichnung wird schwarz auf weißem Hintergrund, schwarz auf hell farbigem Hintergrund oder negativ auf kräftig farbigem Hintergrund dargestellt.

Die Verwendung anderer Schriftfarben ist nicht erlaubt.

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

3 Markenclaim

Als Markenclaim wird die eingeführte Formulierung „Wir bringen Bildung ins Rollen.“ verwendet.

Sie betont die pädagogische Fachkunde als ein Kernelement des Selbstverständnisses von KiTa Bremen.

Wir bringen
Bildung ins Rollen.

3.1 Markenclaim Einsatz

Der Claim wird als Statement frei in die Gestaltung eingearbeitet. Er darf daher in verschiedenen Farbvarianten eingesetzt werden. Er wird als ein- oder zweizeiliger Schriftzug in der Tondo Regular gesetzt und mit einem Punkt abgeschlossen (vgl. 5 ff. Typografie).

Wir bringen Bildung ins Rollen.



Wir bringen
Bildung ins Rollen.

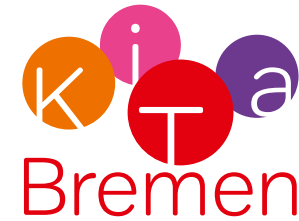
Wir bringen
Bildung ins Rollen.

3.1 Markenclaim Einsatz

Der Claim wird nicht einzeln verwendet, sondern nur, wenn auch Logo & Bezeichnung sichtbar sind.

Wir bringen
Bildung ins Rollen.

+



+

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

Markenclaim:
Frei einsetzbar,
Schriftfarbe & -größe variabel

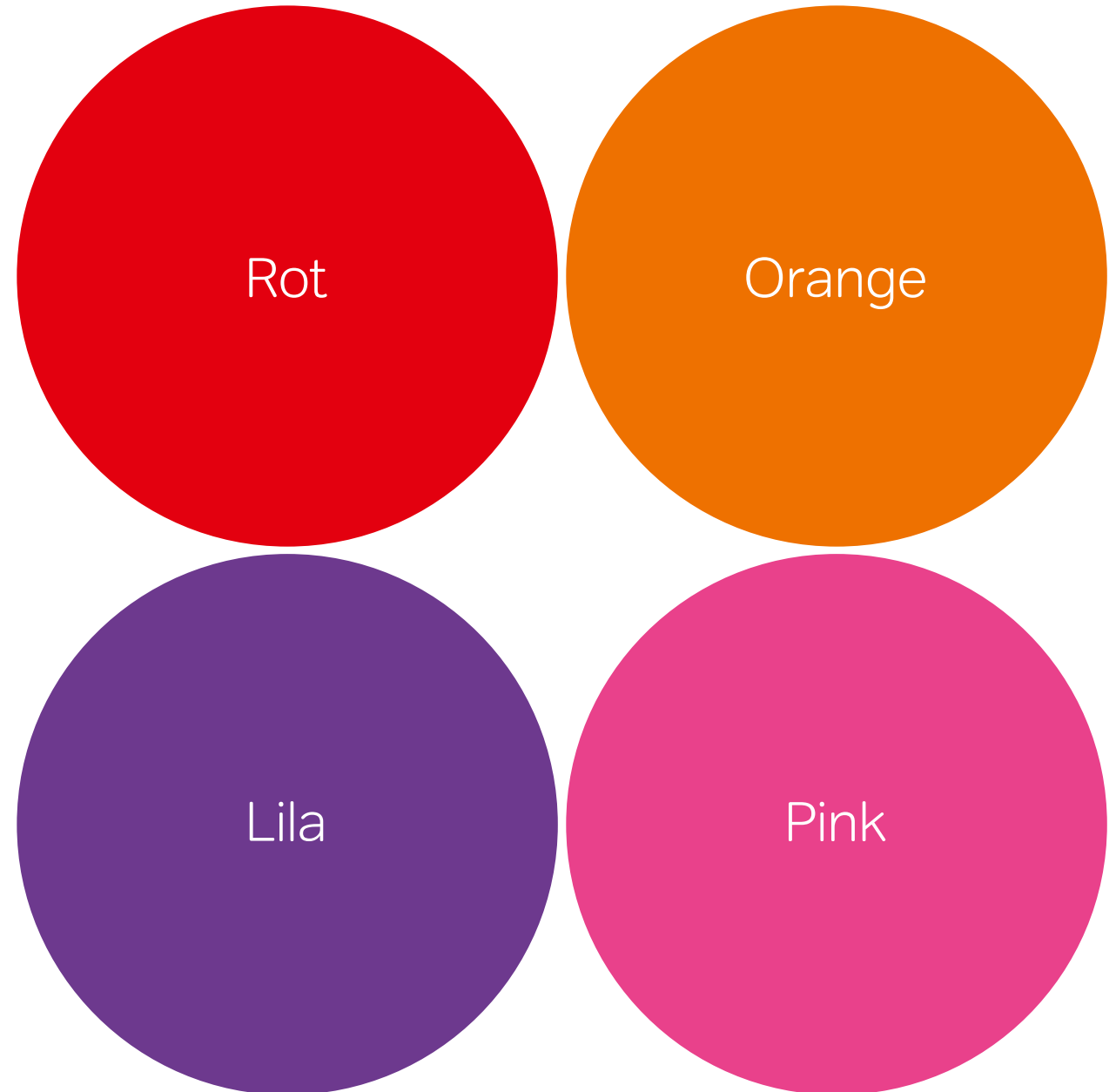
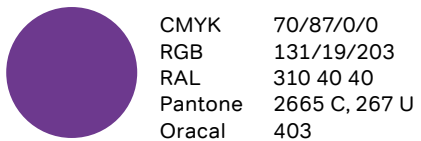
Logo & Bezeichnung:
Definierte Positionierung,
definierte Proportion
(vgl. 2 ff.)

4 Farben

KiTa Bremen ist bunt! Leuchtend bunte Farben bestimmen das Markenbild und stehen für ein klares Bekenntnis zu gesellschaftlicher Vielfalt.

4.1 Farben Hausfarben

Die vier gleichberechtigten Hausfarben Rot, Orange, Lila und Pink bestimmen die Grundfarbigkeit des KiTa Bremen Auftritts. Sie werden in allen Bereichen der Kommunikation eingesetzt.



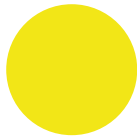
4.2 Farben

Zusatzfarben & Fondfarbe

Die Zusatzfarben Limette und Tiefblau stehen für bestimmte Zielgruppen (vgl. 9 ff.). Die Fondfarbe Zartgrau sorgt, wenn nötig, für einen sanfteren Kontrast als zum rein weißen Hintergrund.

Zusatzfarben und Fondfarbe werden niemals allein eingesetzt, sondern nur in Kombination mit den Hausfarben.

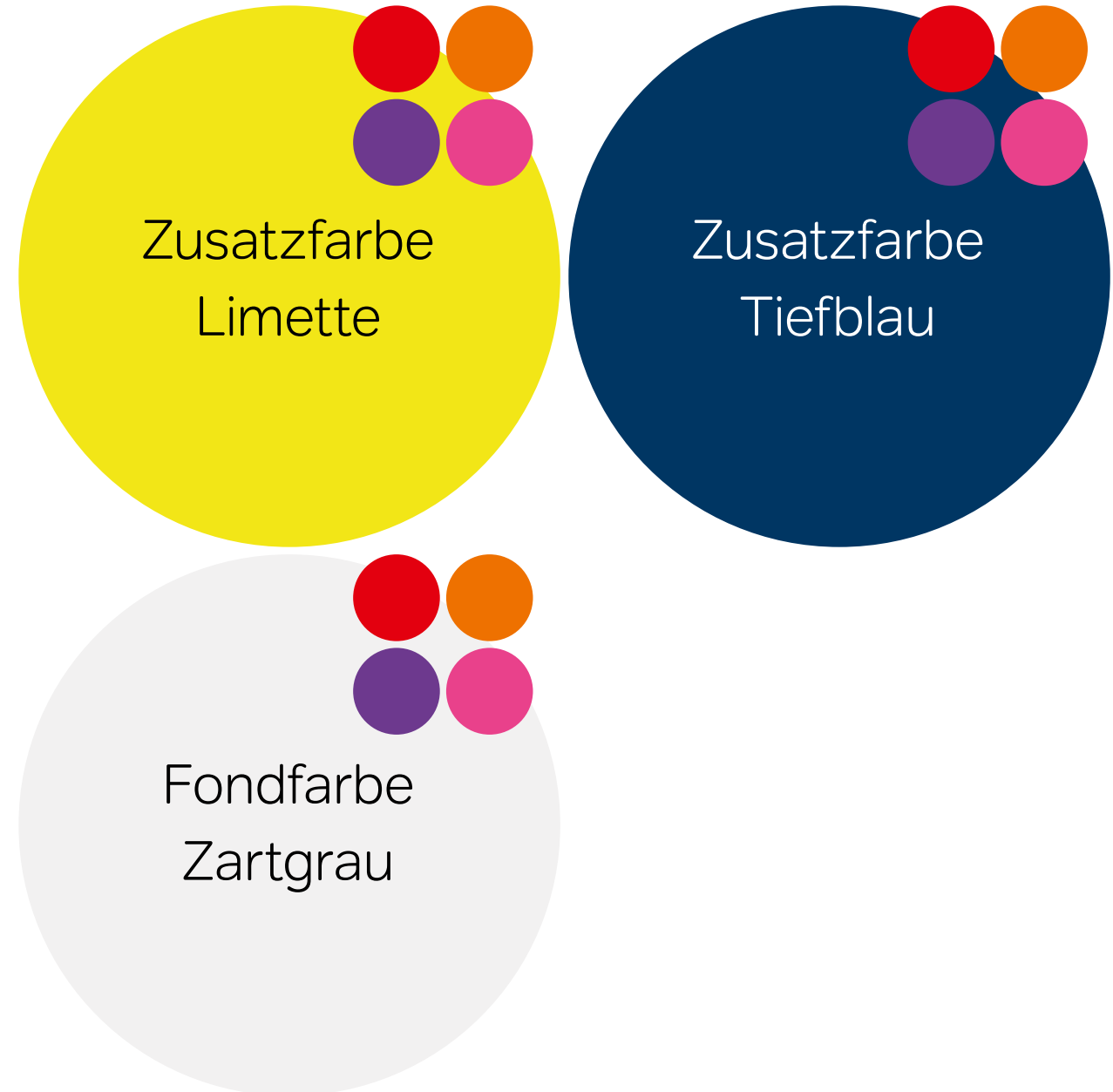
Zusatzfarben:

	CMYK	10/0/90/0
	RGB	232/226/33
	RAL	059 80 80
	Pantone	3965 C, 3965 U
	Oracal	025

	CMYK	100/60/10/50
	RGB	0/43/75
	RAL	270 30 25
	HKS	41 K, 41 N
	Oracal	050

Optionale Fondfarbe (Hintergrundflächen):

	CMYK	6/5/5/0
	RGB	242/240/241
	RAL	000 90 00
	Pantone	Cool Gray 1 C/U
	Oracal	109



5 Typografie

Die typografischen Werke von KiTa Bremen werden in der Hausschrift „Tondo“ gesetzt.

Die serifenlose Schriftfamilie mit der charakteristischen Formensprache wurde 2007 von der Londoner Type Foundry Dalton Maag entwickelt.

Sie liegt als Adobe Font vor und lässt sich so problemlos in den heute gängigen DTP-Anwendungen nutzen.

Hausschrift
Tondo

5.1 **Typografie** Schnitte

Bei KiTa Bremen finden
in erster Linie die Schnitte „Bold“
und „Regular“ Verwendung.

Tondo Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 : , , . . “ , !

Tondo Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 : , , . . “ , !

5.2 **Typografie** Einsatz

Grundsätzlich werden alle Texte im linksbündigen Flattersatz und in gemischter Schreibweise gesetzt.

Der Bold-Schnitt ist Headlines und einzelnen Hervorhebungen vorbehalten. Ansonsten kommt durchgängig der Regular-Schnitt zum Einsatz.

Titelheadlines werden durch variierende Schriftgrößen und versetzte Zeilen ausgestaltet. Bei Bedarf verstärkt sie ein kreisrunder Störer.

Darüberhinaus prägt eine schlichte, geradlinige Typografie den KiTa Bremen Markenauftritt.

Headline in Bold

A solid pink circle containing the text 'Benefit Bubble' in white.

**Benefit
Bubble**

Eine optionale Subline in Regular

Hervorhebung in Bold

Copy in Regular. Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen sie in Buchstabenhäusern an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans.

5.3 Typografie

Fallback Systemschrift

Falls die Hausschrift Tondo aus technischen Gründen nicht verfügbar ist, wird stattdessen auf die Systemschrift Arial in den Schnitten Bold und Regular zurückgegriffen.

Arial Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 : , , . . . “ , !

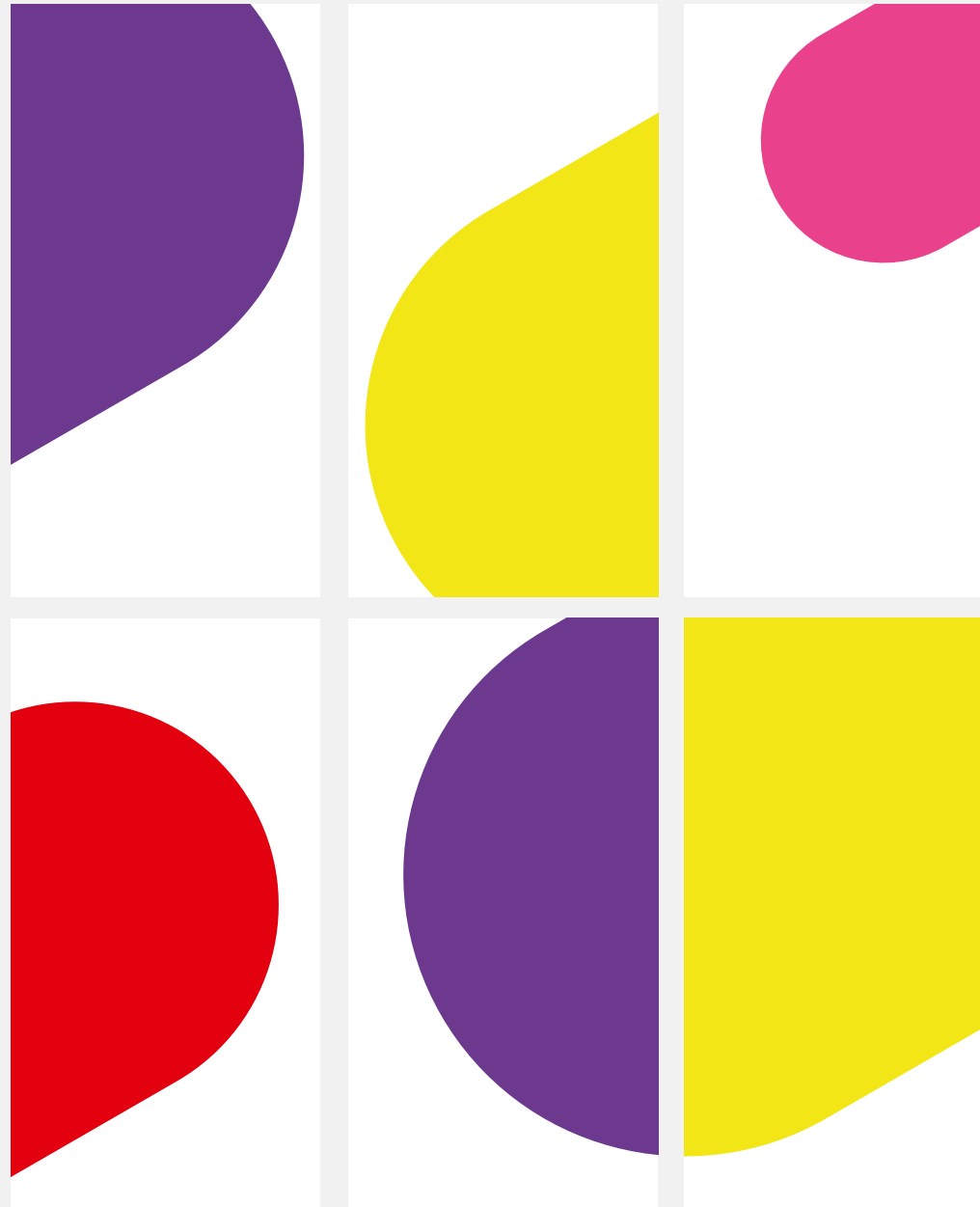
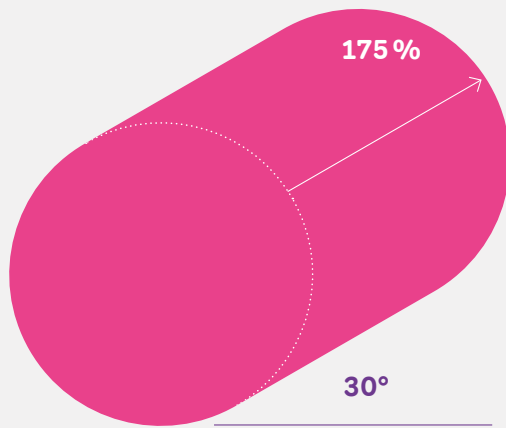
Arial Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 : , , . . . “ , !

6 Grafische Elemente

Ausgangspunkt des Layouts bildet der extrudierte Kreis, der – im Abschnitt eingesetzt – das Format in zwei Bereiche gliedert und eine aufsteigende Ausrichtung bewirkt.

Position und Skalierung können frei gewählt werden, sodass vielfältige Varianten möglich sind, die doch stets einem sichtbaren Prinzip folgen.



Der extrudierte Kreis im variablen Einsatz.

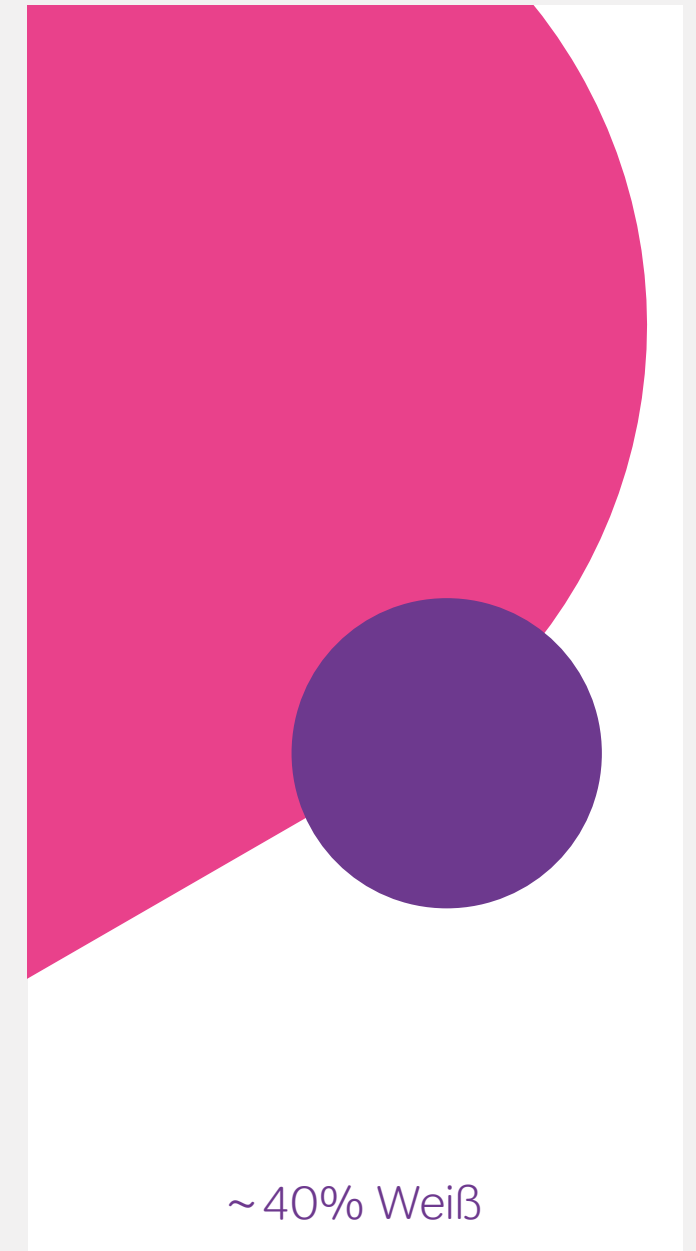
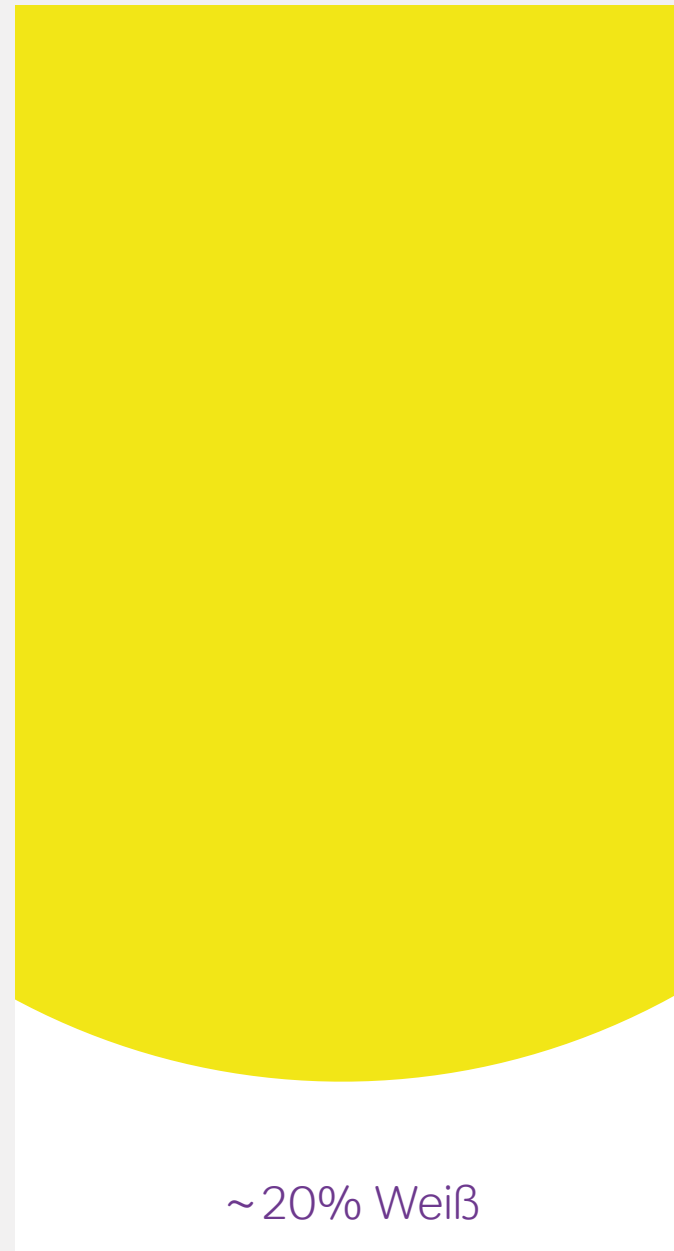
6.1 Grafische Elemente

Weißraum

Weißraum gehört fest zum KiTa Bremen Layout. Vollfarbige Titelseiten sind nicht zulässig. Der Weißanteil bewegt sich idealerweise zwischen ca. 20 % und ca. 40 %.

Weiß trägt das Logo und fungiert als Hintergrund für die vielfältigen bunten Designelemente.

Eine Ausnahme bilden Social Media Motive. Da hier das Logo separat steht und Weiß ohnehin das Umfeld bestimmt, werden vollflächige bzw. vollfarbige Motive eingesetzt.



6.2 Grafische Elemente

Gepunktete Linien

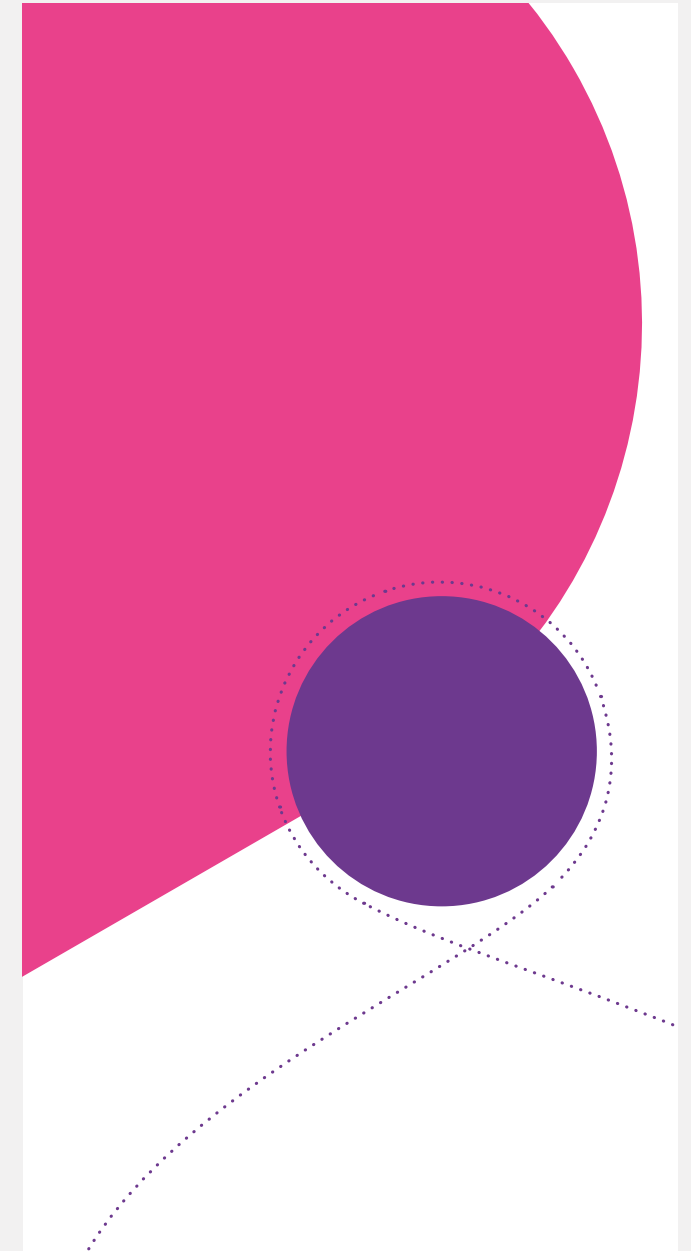
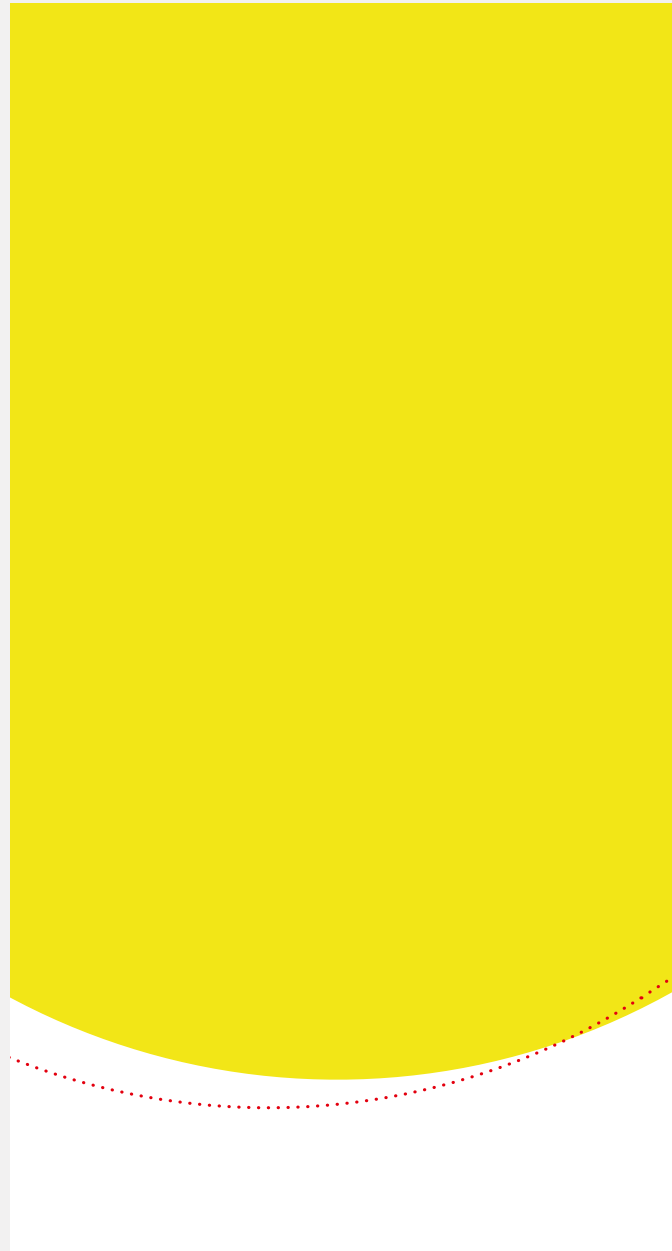
Ein weiteres grafisches Element bilden gepunktete Linien, die zur Akzentuierung des Layouts genutzt werden können.

Sie können z. B. eine Kontur – leicht versetzt – nachzeichnen oder ein Element als Umrandung hervorheben.

Für eine gepunktete Linie wird eine der vier Hausfarben gewählt, die einen geeigneten Farbkontrast zum Umfeld bietet.



Gepunktete Linien:
Darstellung in den Hausfarben,
Faustregel Konturenstärke:
1,25 pt. bei DIN lang, 1,5 pt. bei DIN A4.



6.3 Grafische Elemente

Bunte Bälle

Die dem Logo entlehnten bunten Bälle können ebenfalls als grafische Elemente genutzt werden.

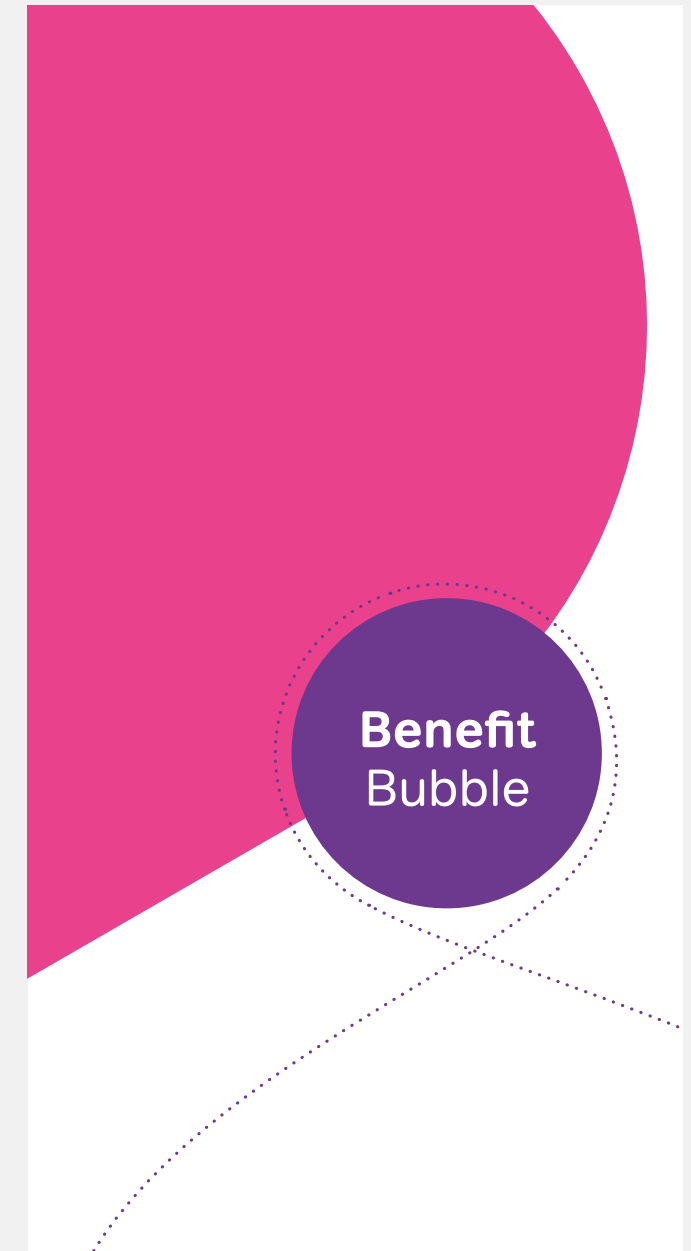
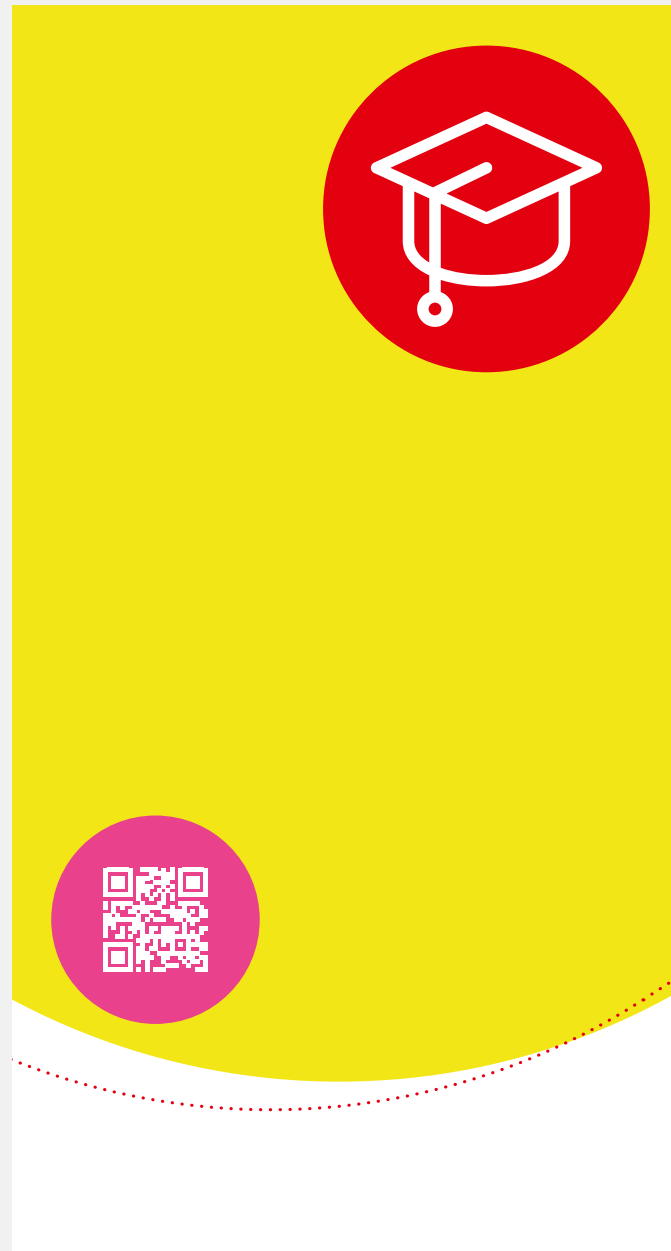
Die Bälle werden in den Hausfarben dargestellt und sollten sich nicht gegenseitig überlappen.

Sie können als Störer fungieren (vgl. 5.1 Typografie Einsatz), einen QR-Code tragen oder die Grundfläche für Icons bilden (vgl. 7).



Bunte Bälle:

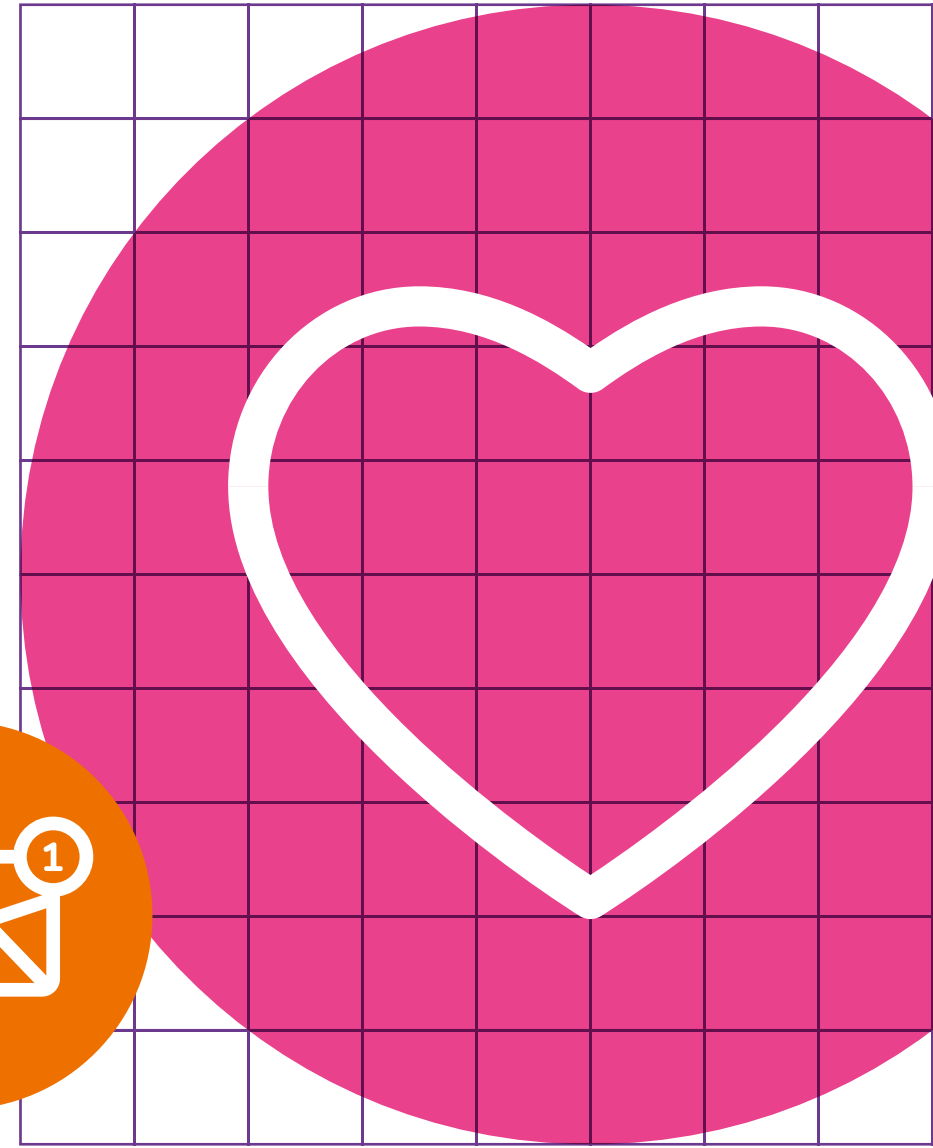
Kreise in den Hausfarben,
als grafische Elemente
frei skalier- und positionierbar



7 Icons

KiTa Bremen Icons folgen einem einheitlichen Prinzip, das sich aus der Formensprache der Typografie ableitet.

Sie werden stets negativ auf einem bunten Ball dargestellt (vgl. 6.3). Das zugrunde liegende 10×10er Grid sorgt für gleichbleibende Proportionen.



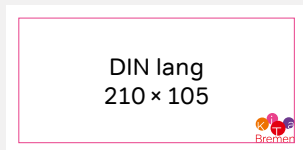
7 Icons

Der Icon-Pool kann schrittweise immer weiter ausgebaut werden.

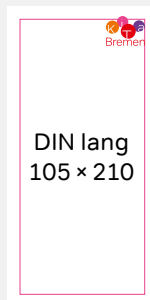


8 Formate & Raster

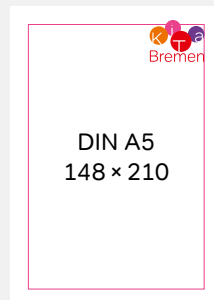
Für Printmedien werden i.d.R. die hier dargestellten Formate verwendet. Sie decken den Grundbedarf ab.



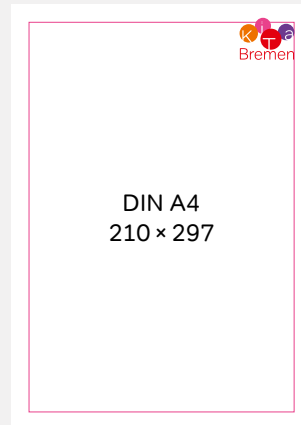
Für Einladungen



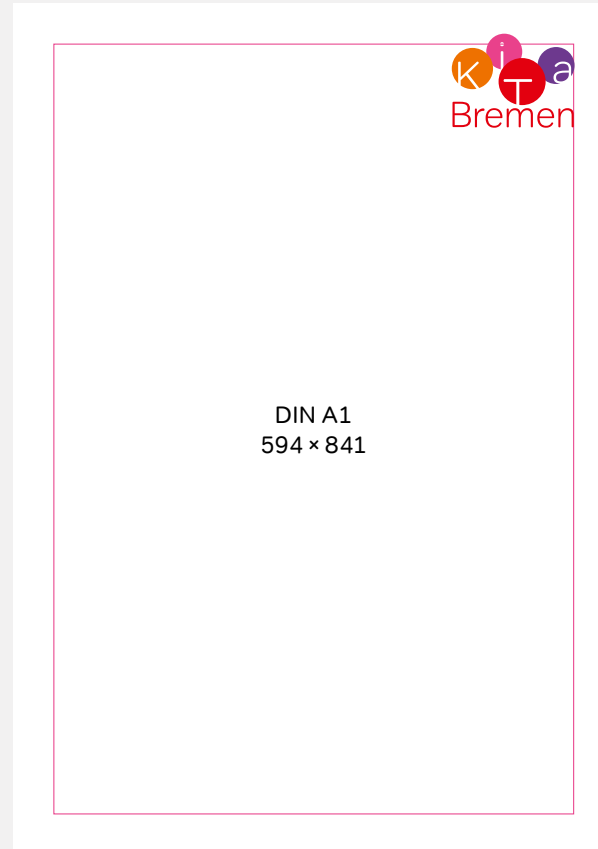
Für Flyer



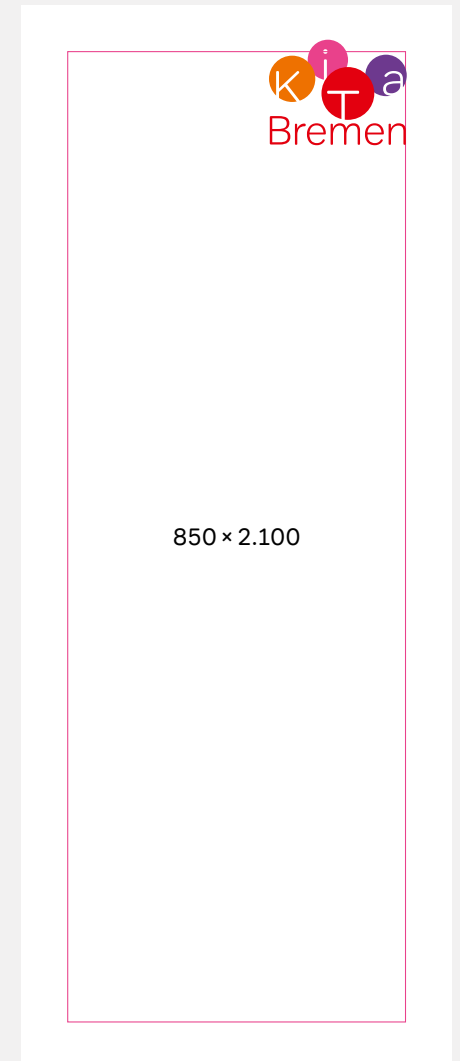
Für Broschüren



Für Infoblätter



Für Poster

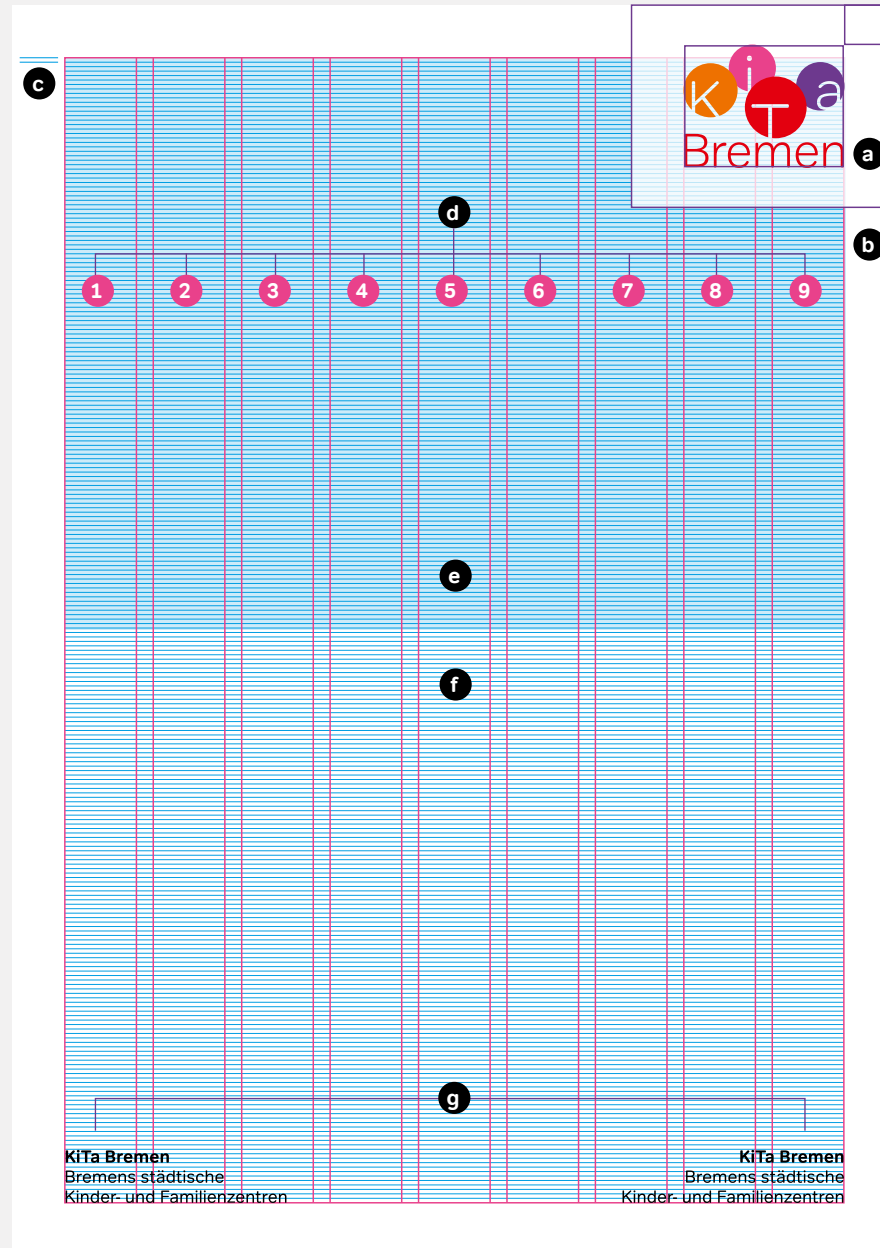


Für Roll-Up-Banner

8.1 Formate & Raster

Raster DIN A4

Für Infoblätter und Aushänge
(Logo oben)

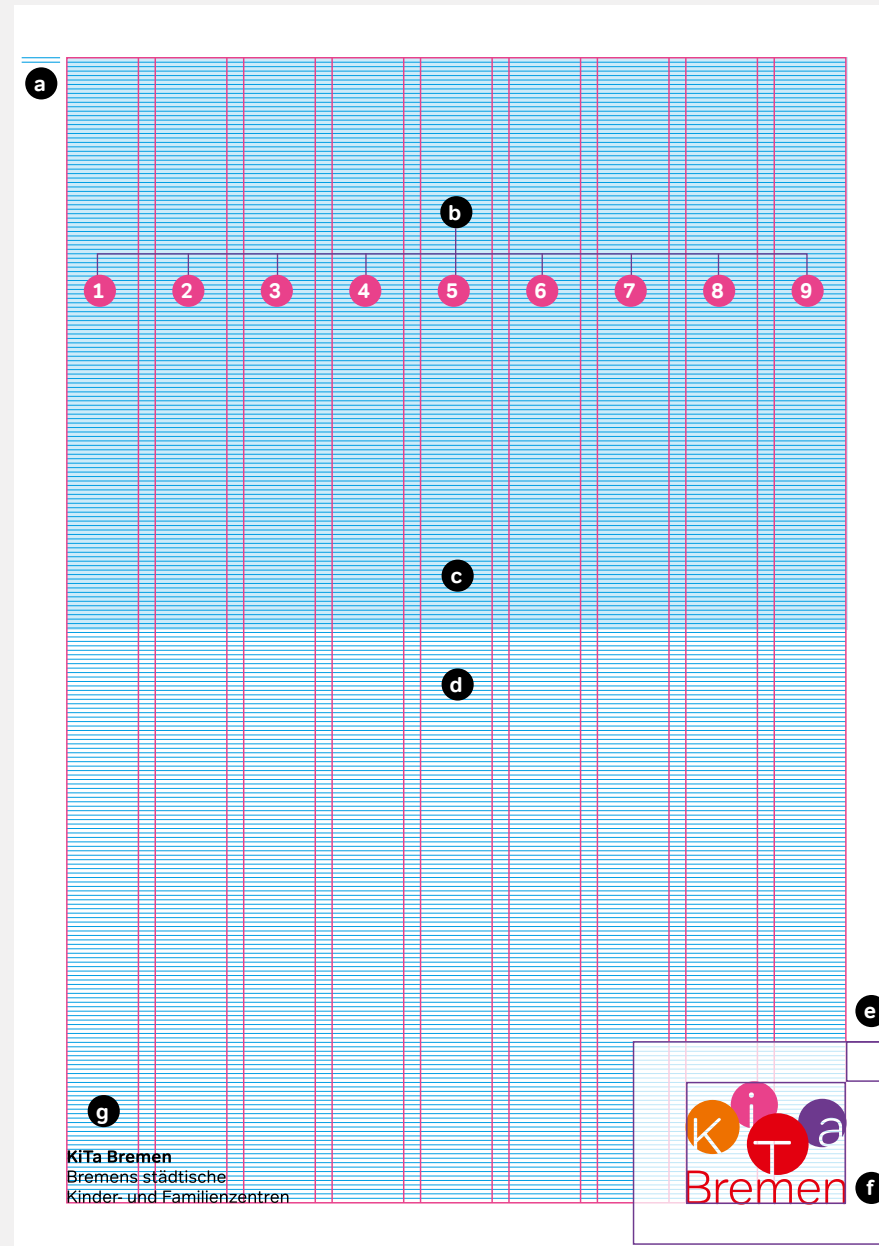


- (a) Logoplatzierung oben rechts,
Breite 37,5 mm
- (b) Seitenränder 12,5 mm
- (c) Grundlinienraster 3pt
ZA z.B. 12, 18, 24 pt ...
- (d) 9 Rasterspalten,
Abstand 4 mm
- (e) Obere Formathälfte für Headline /
Aufmacher / Visual
- (f) Untere Formathälfte für
weiterführende Informationen
- (g) Bezeichnung unten links oder
unten rechts
Breite 52 mm

8.1 Formate & Raster

Raster DIN A4

Für Infoblätter und Aushänge
(Logo unten)



(a)
Grundlinienraster 3pt
ZA z.B. 12, 18, 24 pt ...

(b)
9 Rasterspalten,
Abstand 4 mm

(c)
Obere Formathälfte für Headline /
Aufmacher / Visual

(d)
Untere Formathälfte für
weiterführende Informationen

(e)
Seitenränder 12,5 mm

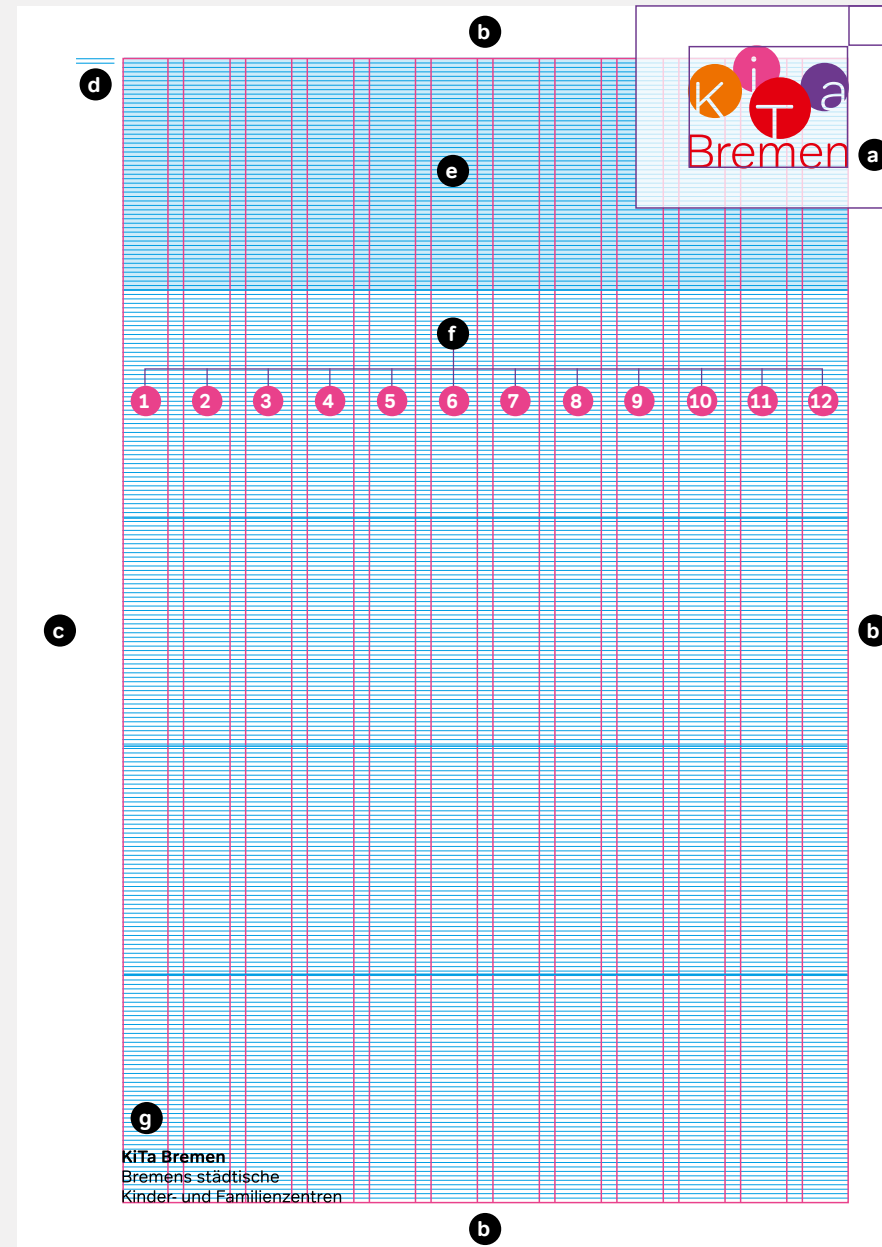
(f)
Logoplatzierung unten rechts,
Breite 37,5 mm

(g)
Bezeichnung unten links
Breite 52 mm

8.2 Formate & Raster

Raster DIN A4 für Formulare

Für PDF-Formulare sowie
gedruckte Formulare



- (a) Logoplatzierung oben rechts, Breite 37,5 mm (auf Seite 1)
- (b) Seitenränder oben, rechts, unten 12,5 mm
- (c) Breiterer Seitenrand links 25 mm (Heftrand)
- (d) Grundlinienraster 3pt ZA z.B. 12, 18, 24 pt ...
- (e) 5/5-Aufteilung, oberes 1/5 für Titel / Kopf (auf Seite 1)
- (f) 12 Rasterspalten, Abstand 4 mm
- (g) Bezeichnung unten links Breite 52 mm (auf Seite 1)

8.2 **Formate & Raster**
Raster DIN A4 für Formulare

Für PDF-Formulare sowie
gedruckte Formulare

Beispiellayout
Bewertungsformular

a

**Beurteilung im
Anerkennungsjahr**

**KiTa
Bremen** **b**

Vorname Nachname

Kinder- und Familienzentrum

Beurteiler:in

1 Persönliche Kompetenz

c

Merkmal 1: Verantwortungsbewusstsein

der/die Mitarbeiter:in ...

... reflektiert das eigene Handeln

... setzt Rückmeldungen um

... hält sich an Absprachen (z.B. ist pünktlich)

... übernimmt Verantwortung

trifft voll zu

trifft zu

trifft weitgehend zu

trifft weniger zu

trifft nicht zu

Begründung

d

Anregungen

e

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

f

g

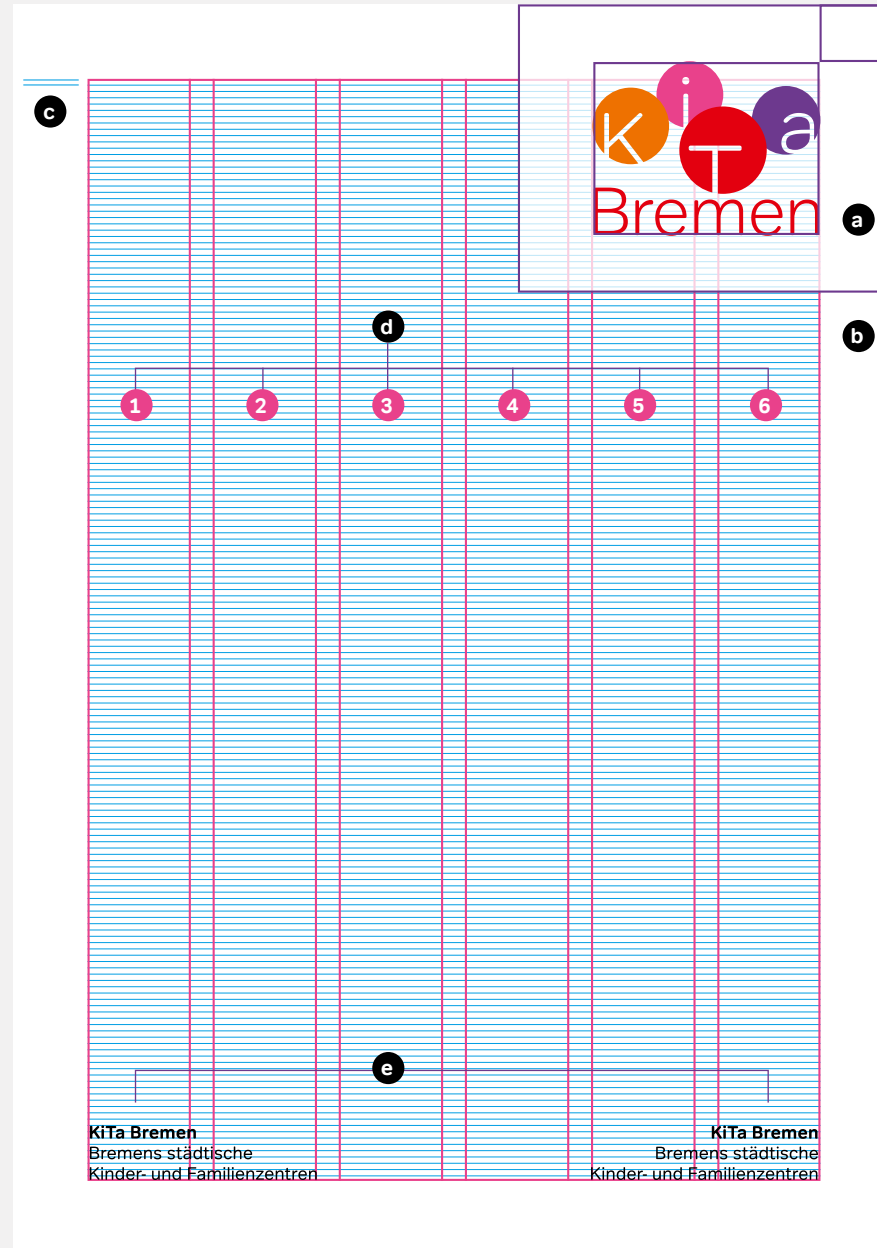
Beurteilung Anerkennungsjahr (EIA) F-EIA-007_v2024.02 1/7

- (a)
Titel / Kopf (auf Seite 1)
- (b)
Logo (auf Seite 1)
- (c)
Heftrand
- (d)
Formularfelder in
Fondfarbe Zartgrau
(CMYK 6/5/5/0,
RGB 242/240/241, vgl. 4.2
Zusatzfarben & Fondfarbe)
- (e)
Bezeichnung (auf Seite 1)
- (f)
Fußzeile
- (g)
Pagina

8.3 Formate & Raster

Raster DIN A5

Für Broschüren

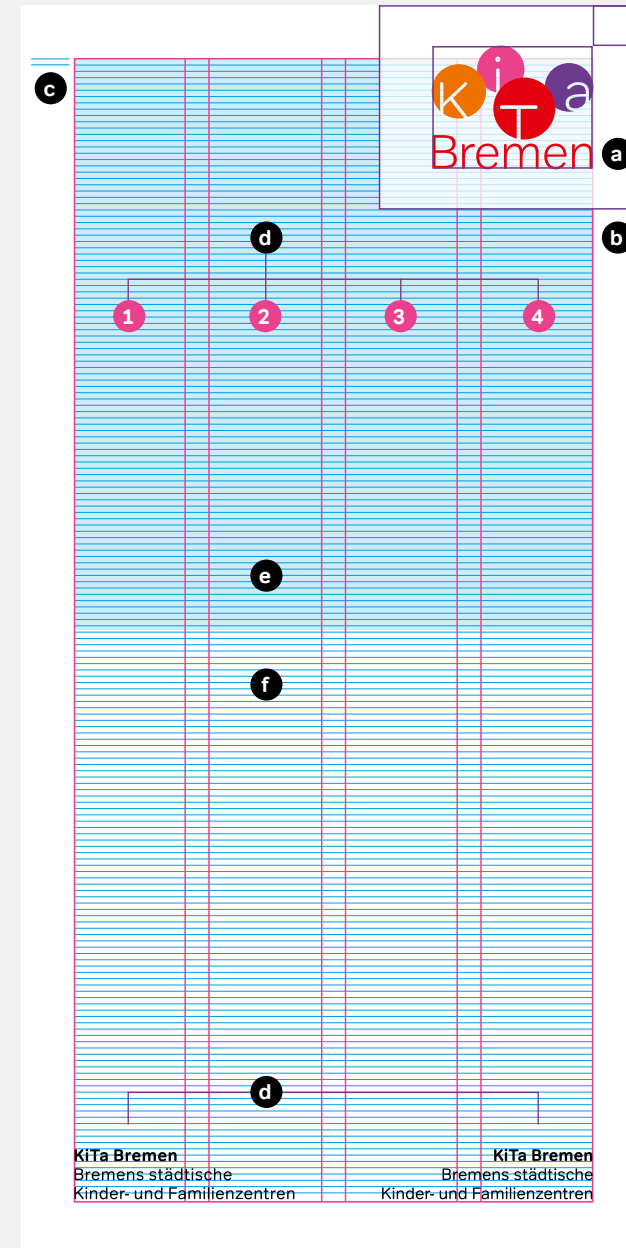


- (a) Logoplatzierung oben rechts, Breite 37,5 mm
- (b) Seitenränder 12,5 mm
- (c) Grundlinienraster 3pt
ZA z.B. 9, 12, 18 pt ...
- (d) 6 Rasterzellen, Abstand 4 mm
- (e) Bezeichnung unten links oder unten rechts
Breite 37,5 mm

8.4 Formate & Raster

Raster DIN lang hoch

Für Flyer und Faltblätter

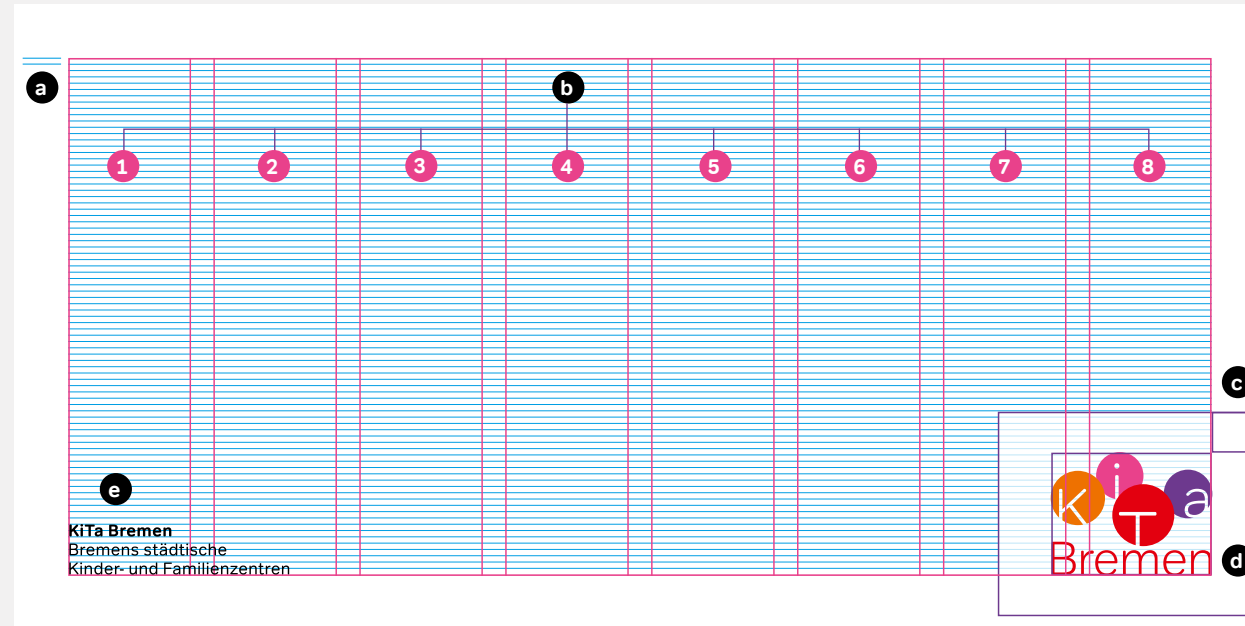


- (a) Logoplatzierung oben rechts, Breite 27 mm
- (b) Seitenränder 9 mm
- (c) Grundlinienraster 3pt ZA z.B. 9, 12, 15 pt ...
- (d) 4 Rasterspalten, Abstand 4 mm
- (e) Obere Formathälfte für Headline / wichtige Bildelemente
- (f) Untere Formathälfte für Zusatzinfos
- (g) Bezeichnung unten links oder unten rechts Breite 37,5 mm

8.5 Formate & Raster

Raster DIN lang quer

Für Einladungen

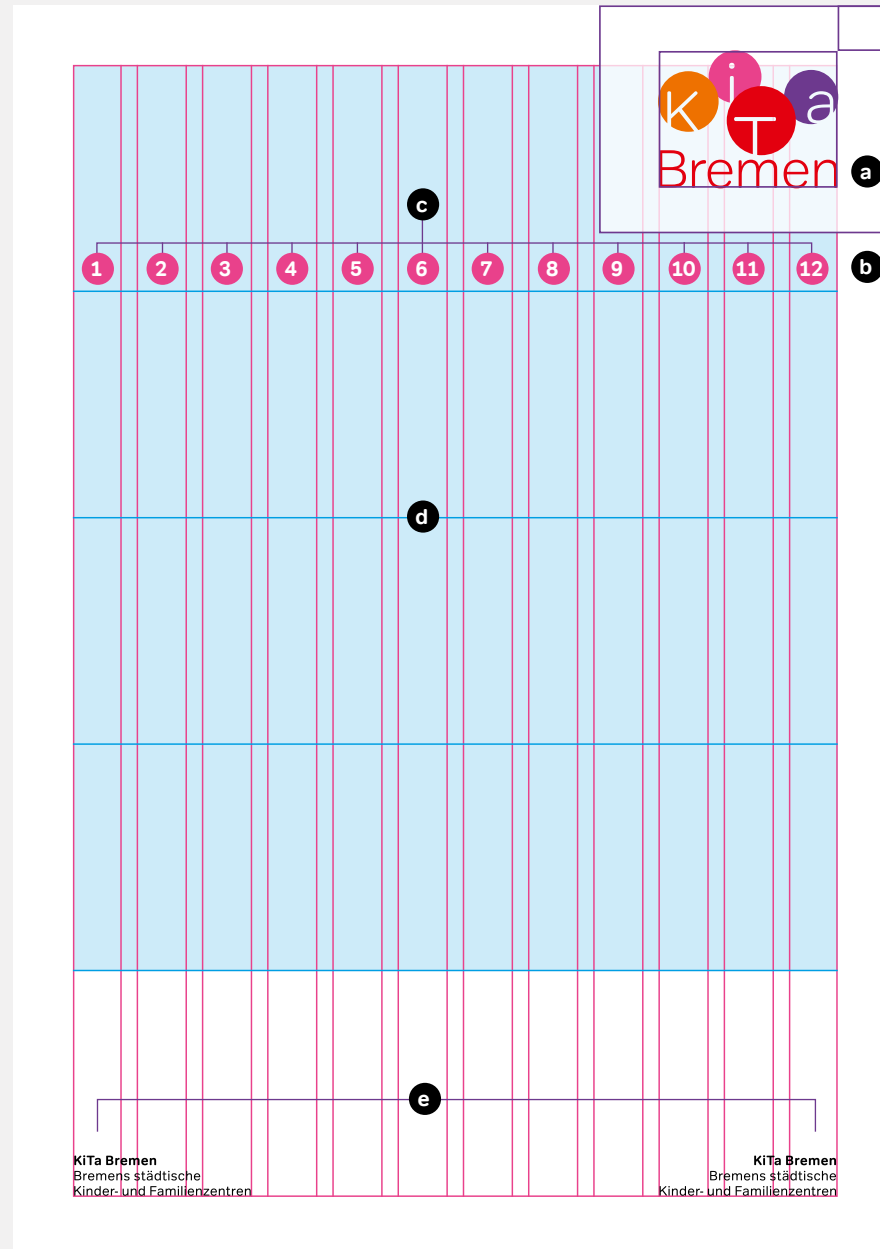


- (a) Grundlinienraster 3pt
ZA z.B. 9, 12, 15 pt ...
- (b) 8 Rasterspalten,
Abstand 4 mm
- (c) Seitenränder 9 mm
- (d) Logoplatzierung unten rechts,
Breite 27 mm
- (e) Bezeichnung unten links
Breite 37,5 mm

8.6 Formate & Raster

Raster DIN A1 / DIN A3

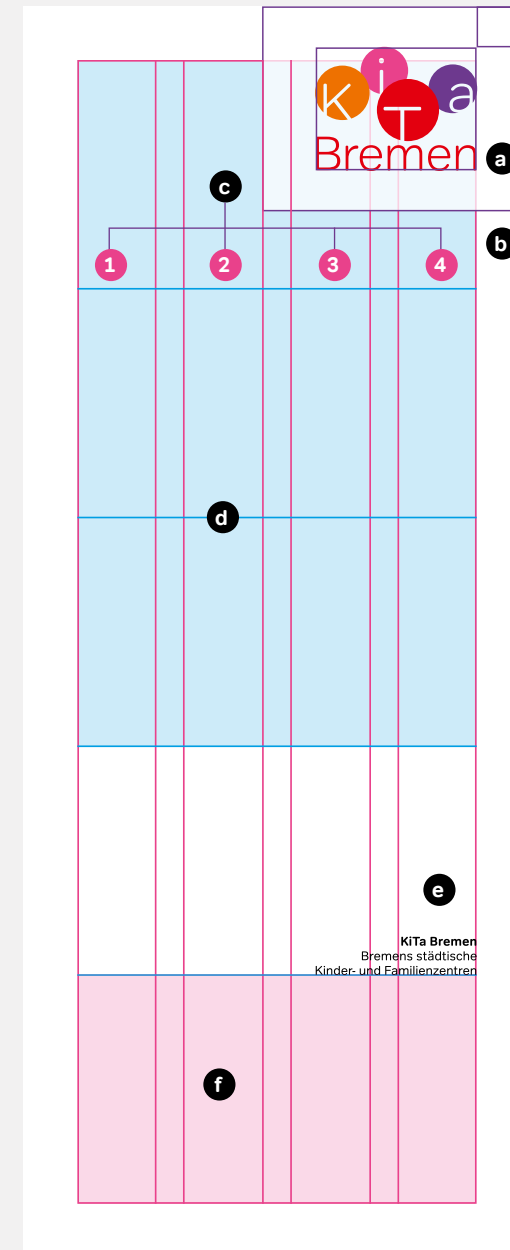
Für Plakate



8.7 Formate & Raster

Raster 850 × 2.100 mm

Für Roll-Up-Banner



- (a) Logoplatzierung oben rechts, Breite 270 mm
- (b) Seitenränder 90 mm
- (c) 4 Rasterspalten, Abstand 50 mm
- (d) 5/5-Aufteilung, obere 3/5 für Headline & wichtige Bildelemente
- (e) Bezeichnung unten rechts (im zweituntersten 1/5) Breite 270 mm
- (f) Im untersten 1/5 keine Textelemente

Zielgruppen & Gestaltungslinien

9 Zielgruppen

Die Kommunikation von KiTa Bremen richtet sich an drei unterschiedliche Zielgruppen. Das Basis-CD gilt dabei übergreifend, Farbigkeit und Bildwelt werden aber zielgruppenspezifisch ausgestaltet. Jede Gestaltungslinie erhält so – im Rahmen des Gesamtauftritts – eine eigene Ausprägung. Es wird nach den hier aufgeführten Zielgruppen unterschieden:



Auftritt als
Arbeitgeber

Fachkräfte



Auftritt als
Institution

Familien & Öffentlichkeit



Corporate
Publishing

Fachöffentlichkeit

10 Gestaltungslinie Fachkräfte

Diese Linie beinhaltet zum einen das Personalmarketing und zum anderen die Bindung bestehender Mitarbeiter:innen an KiTa Bremen. Sie richtet sich also an externe sowie interne Fachkräfte.

Dazu gehören z.B. Stellenanzeigen, Recruiting-Aktionen, Onboarding-Medien, Informationen über Fortbildungs- & Gesundheitsangebote etc.

KiTa Bremen tritt als moderner und attraktiver Arbeitgeber auf, der Fachkräften viel Teamgeist und große Entwicklungsmöglichkeiten bietet.

Der Auftritt ist bunt, vielfältig, dynamisch und heiter, aber zugleich ernsthaft und wertschätzend.



**Auftritt als
Arbeitgeber**



10.1 Gestaltungslinie

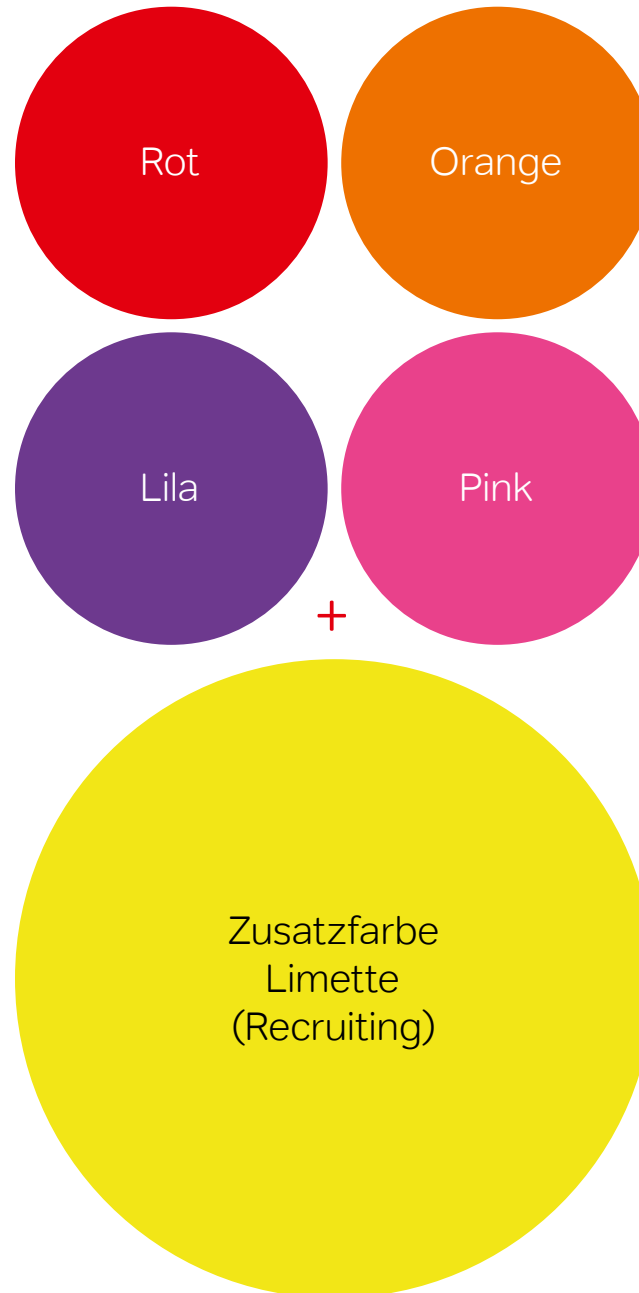
Fachkräfte Farbigkeit

Für die Zielgruppe Fachkräfte werden grundsätzlich die Hausfarben Rot, Orange, Lila und Pink verwendet.

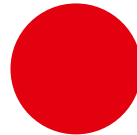
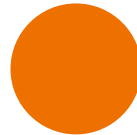
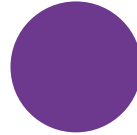
Die Zusatzfarbe Limette kommt in Recruiting-Medien großflächig zum Einsatz. Der strahlende Gelbton lässt z.B. Stellenanzeigen deutlich hervorstechen und gibt dem Bereich eine starke eigene Wiedererkennbarkeit.

In Medien, die nach innen, also an bestehende Mitarbeitende, gerichtet sind, wird die Zusatzfarbe nicht eingesetzt.

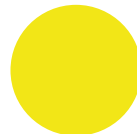
Die optionale Fondfarbe Zartgrau kann übergreifend benutzt werden, z.B. um Hintergrundflächen zu gliedern oder in Screen-Anwendungen den Kontrast zu mildern.



Hausfarben

	CMYK RGB RAL Pantone Oracal	0/100/100/0 228/30/46 030 50 60 1788 C, 1795 U 325
	CMYK RGB RAL Pantone Oracal	0/65/100/0 236/106/46 050 60 80 158 C, 158 U 332
	CMYK RGB RAL Pantone Oracal	70/87/0/0 131/19/203 310 40 40 2665 C, 267 U 403
	CMYK RGB RAL Pantone Oracal	0/85/5/0 233/76/146 360 50 50 212 C, 212 U 044

Zusatzfarbe

	CMYK RGB RAL Pantone Oracal	10/0/90/0 232/226/33 059 80 80 3965 C, 3965 U 025
--	---	---

Optionale Fondfarbe (Hintergrundflächen):

	CMYK RGB RAL Pantone Oracal	6/5/5/0 242/240/241 000 90 00 Cool Gray 1 C/U 109
---	---	---

10.2 Gestaltungslinie

Fachkräfte Bildwelt

Titelmotive für den Bereich Fachkräfte werden mit Illustrationen gestaltet.

Der für die Recruiting-Kampagne 2024 eingeführte Zeichenstil wird fortgeführt. Der Bilderpool kann schrittweise immer weiter ausgebaut werden.



10.2 Gestaltungslinie Fachkräfte Bildwelt

Beispiele für weitere
Illustrationen



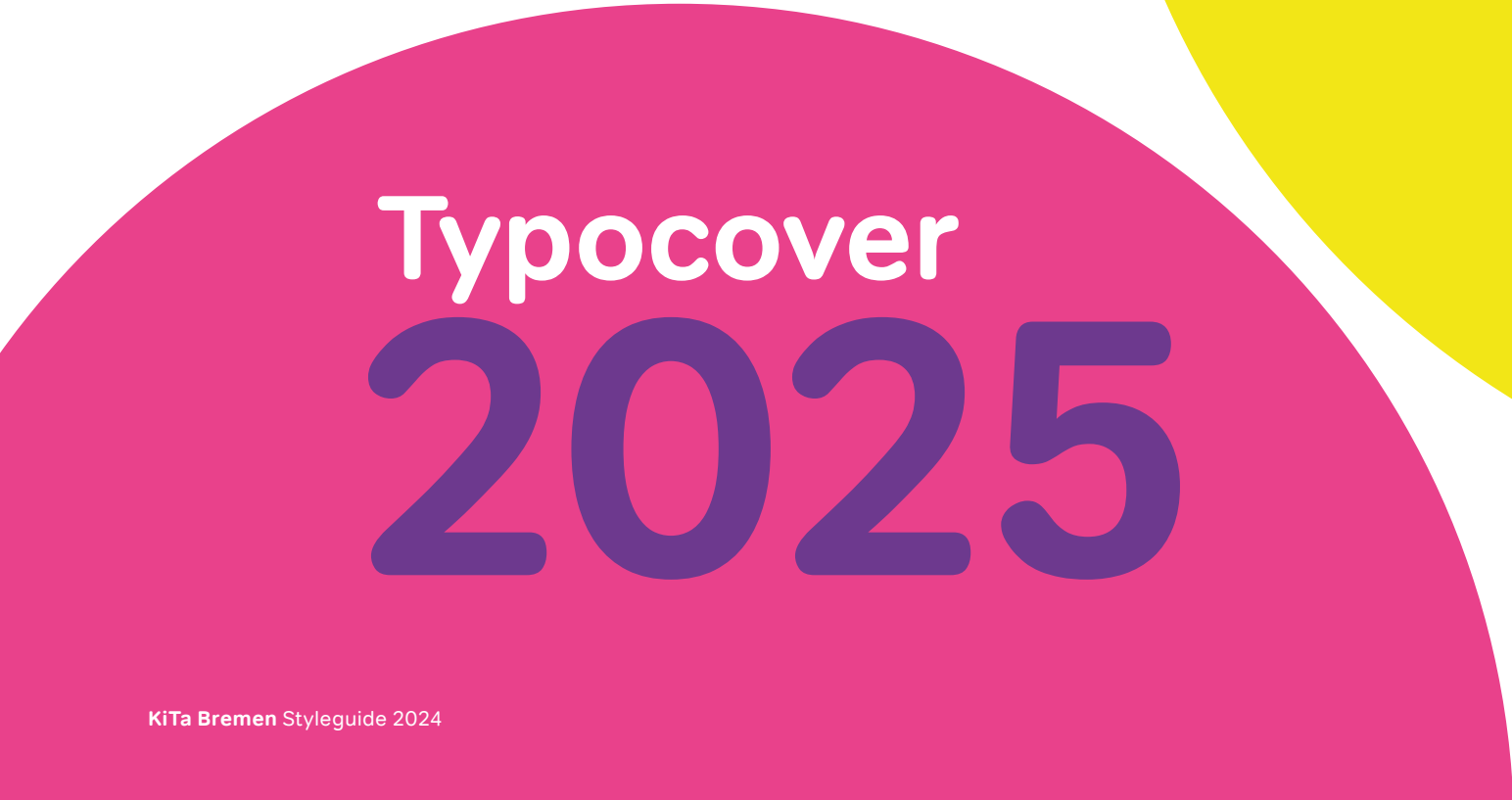
10.2 Gestaltungslinie

Fachkräfte Bildwelt

Alternative Titelgestaltung:
Anstelle einer Illustration können
Titelmotive auch rein typografisch
gestaltet werden.



KiTa
Headline
Bremen



Typocover
2025

10.2 Gestaltungslinie

Fachkräfte Bildwelt

Auf fotografische Titelmotive wird im Bereich Fachkräfte verzichtet. Fotos kommen erst auf der zweiten Ebene zum Einsatz.

Sie zeigen ausschnittshaft Situationen aus dem KiTa-Alltag oder symbolische Details, die für berufliche Themen stehen.

Bei der Auswahl der Models wird auf gesellschaftliche Vielfalt geachtet – ohne Klischees zu bedienen. Es werden Kinder sowie Erwachsene gezeigt.

Der Bildstil ist nicht inszeniert, sondern eher schnappschusshaft und beiläufig. Der direkte Blick in die Kamera wird eher vermieden.

Die KiTa Bremen Farbwelt findet sich in den Motiven wieder. Enge Bildausschnitte und Tiefenunschärfe sorgen für den Eindruck von Nähe und Direktheit.



10.2 Gestaltungslinie

Fachkräfte Bildwelt

Abbildungen können im Layout auf drei verschiedene Arten platziert werden:

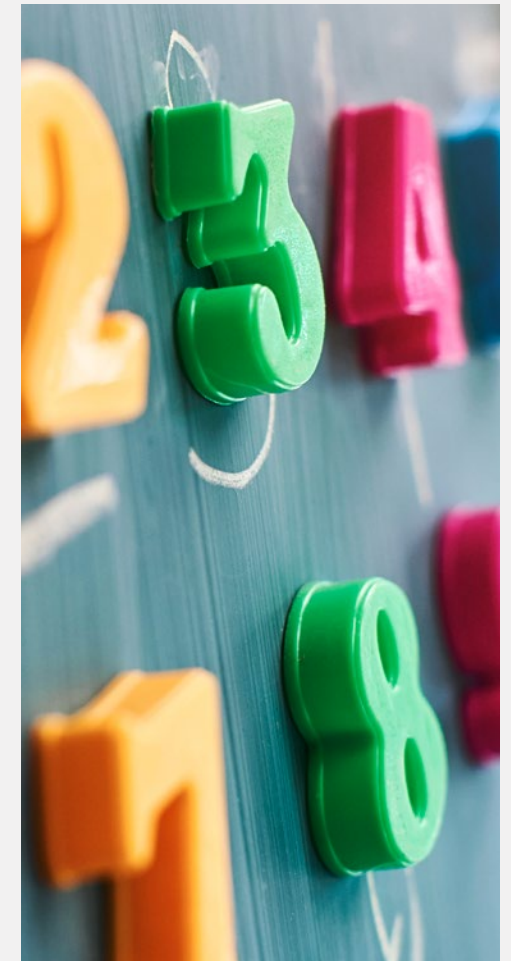
- (a) Im kreisrunden Ausschnitt
- (b) In einem Ausschnitt des extrudierten Kreises
(vgl. 6 Grafische Elemente)
- (c) Randabfallend als ganzseitige Abbildung



(a)
Kreisrundes Foto



(a)
Foto im extrudierten Kreis



(a)
Ganzseititigs Foto

10.3 Gestaltungslinie Fachkräfte Anwendungen extern (Recruiting)

Beispiellayout
Stellenanzeigen

KiTa Leitung gesucht

Kindheit
gestalten

Du hast Lust Führungsaufgaben mit aktiver
pädagogischer Arbeit und jeder Menge
Teamgeist zu verbinden?

Dann bewirb dich als

- **Stellvertretende Leiter:in (w/m/d)**
Entgeltgruppe S 13 TVöD

**für das Kinder- und Familienzentrum
Warturmer Platz** (Kennziffer A 14/24)

**oder das Kinder- und Familienzentrum
St. Magnus** (Kennziffer A 15/24)

.....

Eine Qualifikation als Sozialpädagogin (w/m/d) bzw.
Erzieher:in (w/m/d) mit staatlicher Anerkennung oder
vergleichbar bringst du mit.

Wir freuen uns auf deine Bewerbung bis **03. März 2024**
unter Angabe der oben genannten Kennziffer an
KiTa Bremen, Referat Personal
Auf der Muggenburg 5, 28217 Bremen

Die vollständige Ausschreibung findest du unter
[kita.bremen.de/karriere](https://www.kita.bremen.de/karriere)

 **Jetzt
bewerben!**

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren



KiTa Leitung gesucht

Du hast Lust Führungsaufgaben mit aktiver
pädagogischer Arbeit und jeder Menge
Teamgeist zu verbinden?

Dann bewirb dich als

- **Stellvertretende Leiter:in (w/m/d)**
Entgeltgruppe S 13 TVöD

**für das Kinder- und Familienzentrum
Warturmer Platz** (Kennziffer A 14/24)

**oder das Kinder- und Familienzentrum
St. Magnus** (Kennziffer A 15/24)

.....

Eine Qualifikation als Sozialpädagogin (w/m/d) bzw.
Erzieher:in (w/m/d) mit staatlicher Anerkennung oder
vergleichbar bringst du mit.

Wir freuen uns auf deine Bewerbung bis **03. März 2024**
unter Angabe der oben genannten Kennziffer an
KiTa Bremen, Referat Personal
Auf der Muggenburg 5, 28217 Bremen

Die vollständige Ausschreibung
findest du unter
[kita.bremen.de/karriere](https://www.kita.bremen.de/karriere)

Jetzt bewerben!



KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren



10.3 Gestaltungslinie Fachkräfte

Anwendungen extern
(Recruiting)

Pop-Up Messestand:
Poster, Roll-Up-Banner,
Beach Flag



10.3 Gestaltungslinie Fachkräfte

Anwendungen extern
(Recruiting)

Corporate Fashion:
Poloshirt, Hoodie



10.4 Gestaltungslinie Fachkräfte

Anwendungen intern
(Bindung)

Beispiellayout
Willkommensmappe



Beispiellayout Willkommensflyer



10.4 Gestaltungslinie Fachkräfte

Anwendungen intern
(Bindung)

Beispiellayout
Fortbildungsbroschüren



10.4 Gestaltungslinie Fachkräfte

Anwendungen intern
(Bindung)

Beispiellayout
Fortbildungsmappen



11 Gestaltungslinie Familien & Öffentlichkeit

Mit dieser Linie werden Eltern (als Kund:innen) sowie die allgemeine Bremische Öffentlichkeit angesprochen.

Dazu gehören z. B. die Medien der einzelnen Standorte, Einladungen an Eltern und Familien, Informationen über Angebote etc.

KiTa Bremen tritt als verlässliche, nahbare, mit der Stadt verbundene Institution auf, der Bürger:innen guten Gewissens ihre Kinder anvertrauen können.

Der Auftritt ist freundlich, seriös, informativ und nicht zu werblich.



Auftritt als
Institution

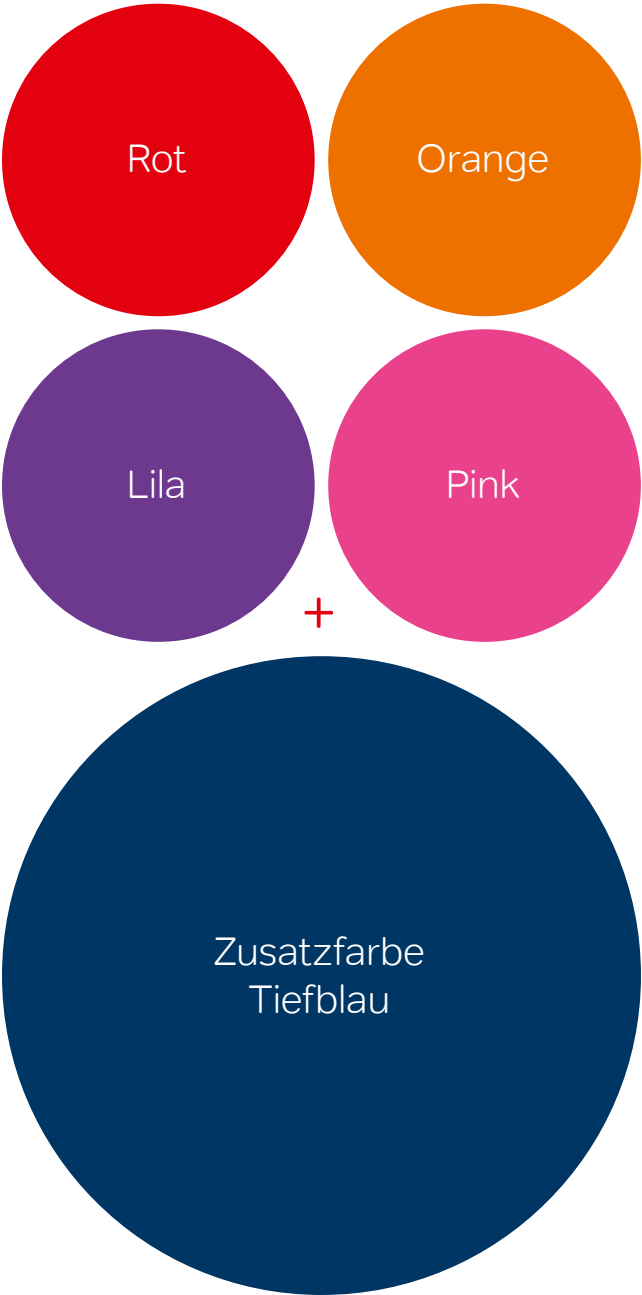


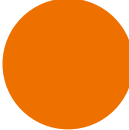
11.1 Gestaltungslinie
Familien & Öffentlichkeit
Farbigkeit

Für die Zielgruppe Familien & Öffentlichkeit werden grundsätzlich die Hausfarben Rot, Orange, Lila und Pink verwendet.

Die Zusatzfarbe Tiefblau kommt in dieser Gestaltungslinie großflächig zum Einsatz. Der maritime Blauton entstammt dem Markenauftritt der Freien Hansestadt Bremen. Er schafft Verbindung zu unserer Stadt und gibt der bunten KiTa-Bremen-Welt ein ruhiges, Vertrauen vermittelndes Fundament.

Die optionale Fondfarbe Zartgrau kann übergreifend benutzt werden, z.B. um Hintergrundflächen zu gliedern oder in Screen-Anwendungen den Kontrast zu mildern.



Hausfarben			
	CMYK	0/100/100/0	
	RGB	228/30/46	
	RAL	030 50 60	
	Pantone	1788 C, 1795 U	
	Oracal	325	
	CMYK	0/65/100/0	
	RGB	236/106/46	
	RAL	050 60 80	
	Pantone	158 C, 158 U	
	Oracal	332	
	CMYK	70/87/0/0	
	RGB	131/19/203	
	RAL	310 40 40	
	Pantone	2665 C, 267 U	
	Oracal	403	
	CMYK	0/85/5/0	
	RGB	233/76/146	
	RAL	360 50 50	
	Pantone	212 C, 212 U	
	Oracal	044	

Zusatzfarbe			
	CMYK	100/60/10/50	
	RGB	0/43/75	
	RAL	270 30 25	
	HKS	41 K, 41 N	
	Oracal	050	

Optionale Fondfarbe (Hintergrundflächen):			
	CMYK	6/5/5/0	
	RGB	242/240/241	
	RAL	000 90 00	
	Pantone	Cool Gray 1 C/U	
	Oracal	109	

11.2 Gestaltungslinie Familien & Öffentlichkeit Bildwelt

Im Unterschied zum Bereich Fachkräfte werden für Familien & Öffentlichkeit Fotos als Titelmotive verwendet.

Die Bilder zeigen Situationen, die für die Angebote von KiTa Bremen stehen, z.B. Kinder beim Spielen und Lernen, Gemeinschaft, Sport oder Aktivitäten.

Bei der Auswahl der Models wird auf gesellschaftliche Vielfalt geachtet – ohne Klischees zu bedienen.

Der Bildstil ist sanft und unaufgeregt. Der direkte Blick in die Kamera wird eher vermieden.

Die Motive sind hell und in der Farbigkeit zurückhaltend. In Details spiegeln sich die KiTa Bremen Hausfarben. Enge Bildausschnitte und Tiefenunschärfe sorgen für den Eindruck von Nähe und Direktheit.



11.2 Gestaltungslinie Familien & Öffentlichkeit Bildwelt

Abbildungen können im Layout auf drei verschiedene Arten platziert werden:

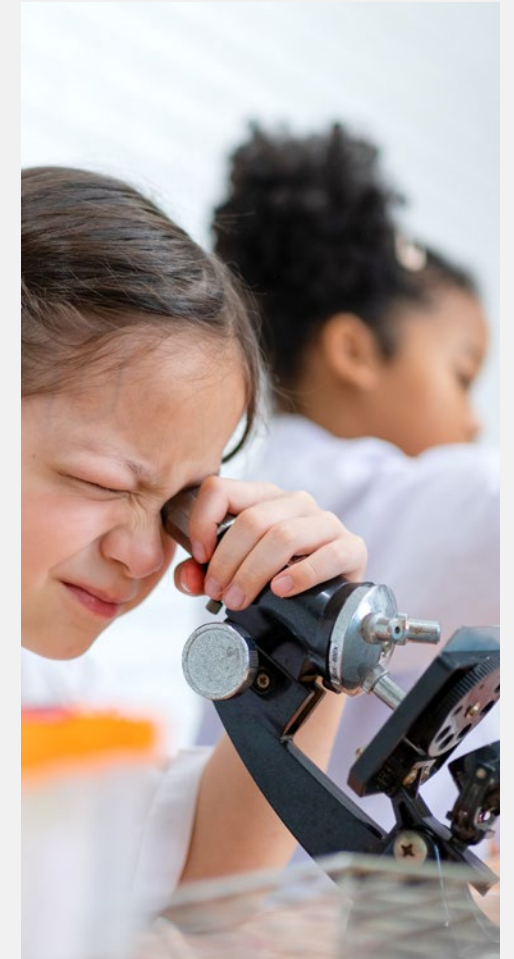
- (a)** Im kreisrunden Ausschnitt
- (b)** In einem Ausschnitt des extrudierten Kreises (vgl. 6 Grafische Elemente)
- (c)** Randabfallend als ganzseitige Abbildung



(a)
Kreisrundes Foto



(a)
Foto im extrudierten Kreis



(a)
Ganzseititigs Foto

11.3 Gestaltungslinie Familien & Öffentlichkeit

Anwendungen

Beispiellayouts
Standortflyer,
Veranstaltungs-Roll-Up

Das Kinder- und Familienzentrum Waller Park

Im Kinder- und Familienzentrum Waller Park betreuen wir 160 Kinder im Alter von 3 bis 10 Jahren, in sieben Elementargruppen und zwei Hortgruppen. Unsere Einrichtung liegt im Bremer Stadtteil Walle, indirekter Nachbarschaft zum Waller Park, dem Waller Friedhof und der Eisbahnhalle „Paradise“. Im Hort betreuen wir 36 Kinder in einer offenen Gruppenarbeit. Wir kooperieren eng mit der Grundschule an der Nordstraße. Als Serviceleistung bieten wir Erstklässlerinnen und Erstklässlern eine Wegebegleitung in den ersten Wochen an.

Das Kinder- und Familienzentrum Waller Park bietet zurzeit Hortplätze in zwei Gruppen an. Alle Hortplätze werden jedes Jahr neu vergeben. Bitte melden Sie Ihr Kind daher unbedingt jedes Jahr neu im Kita-Portal für den Hortplatz an.

• Öffnungszeiten
Mo–Do 13:00–17:00 Uhr
Fr 13:00–16:00 Uhr

• Hausaufgabenbegleitung
15:45–16:30 Uhr

• Anzahl der Plätze
36

Einfach anmelden



Kinder- und Familienzentrum Waller Park
Ackerstr. 1a 28219 Bremen Telefon Büro
+49 421 3618497
WallerPark@kita.bremen.de
kita.bremen.de



Gut betreut nach der Schule

Anmeldung im Hort



Mittagstisch
Freizeit
Hausaufgaben

KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren



Info-Abend Bauprojekt 2025

01.09.
2024



KiTa Bremen
Bremens städtische
Kinder- und Familienzentren

11.4 Gestaltungslinie Familien & Öffentlichkeit

METACOM-Illustrationen

Eine Besonderheit im Bereich Familien und Öffentlichkeit bilden Illustrationen von METACOM.

Diese werden von KiTa Bremen direkt lizenziert und für die Verwendung im Layout zur Verfügung gestellt.



11.5 Gestaltungslinie Familien & Öffentlichkeit Ausblick

Als individuelle und absolut authentische Titelmotive könnten auch Zeichnungen von realen KiTa Bremen Kindern verwendet werden.

Vorschlag für die Aktion „Kinder malen KiTa Bremen“. Die Ergebnisse können auf Postern, Flyern usw. als Titelmotive veröffentlicht werden.

**Kinder malen
KiTa Bremen**



12 Gestaltungslinie Fachöffentlichkeit

Diese Gestaltungslinie bezieht sich auf Fachpublikationen. Sie wird im Folgenden beispielhaft dargestellt.

Kernelemente sind ein großzügiger Umgang mit Weißraum, die weitgehende Trennung von Text- und Bild sowie kräftig betonte typografische Gliederungselemente.

Für die Inhaltsebene wird ein schlichtes Schriftbild gewählt, vorzugsweise im zweispaltigen Flattersatz.

Als freies Element kommen die gepunkteten Linien zum Einsatz (vgl. 6.2). Sie können, z. B. auf Kapiteltrennseiten, organisch und schwungvoll über das Format laufen.

Neben Schwarz und Weiß werden ausschließlich die Hausfarben Rot, Orange, Lila und Pink verwendet (vgl. 4.1).

Der Fotostil baut auf der in den vorherigen Abschnitten skizzierten Bildästhetik auf (vgl. 10.2 / 11.2).



Corporate
Publishing

12.1 Gestaltungslinie Fachöffentlichkeit Anwendungsbeispiele

Broschüre
Ernährungskonzept

Ausnahme Format!

Broschüren im Bereich der Fachliteratur werden in 210 × 280 mm angelegt. Sie sind außerhalb des unter 8 ff. definierten Formatbaukastens zu betrachten.



12.1 Gestaltungslinie Fachöffentlichkeit Anwendungsbeispiele

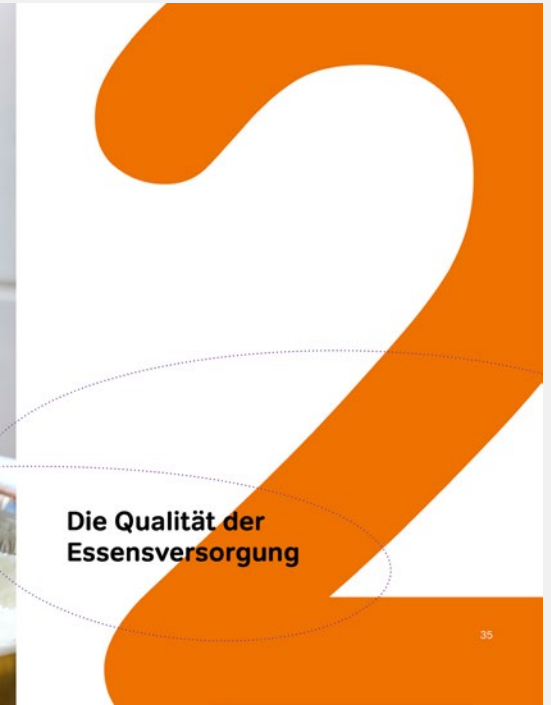
Broschüre
Ernährungskonzept



Essen darf nie als Druckmittel oder Gegenstand eines Machtkampfes dienen, es verliert dadurch seine Bedeutung als Situation, die der Mensch individuell als genussvoll und angenehm empfindet.«

VANESSA HOCH, 2015 (4)

15



**Die Qualität der
Essensversorgung**

35

12.1 Gestaltungslinie
Fachöffentlichkeit
Anwendungsbeispiele

Broschüre
Ernährungskonzept



1.4 Mitwirkung und Mitsprache
der Kinder

Das Recht auf Gehör und Beteiligung, das Recht mitzureden und sich zu beschweren, das Recht auf Selbst- und Welt-erkundung, das Recht auf Kommunikation, das Recht darauf, einen eigenen Geschmack und ein eigenes Körperbewusstsein auszubilden, das Recht von Kindern, sich den Erziehungs-methoden und -zielen der Erwachsenen zuweilen mit eigenen Vorstellungen entgegenzustellen, darf am Esstisch nicht missachtet werden, sondern muss in besonderer Weise Achtung und Schutz erfahren. (9)

Bei KiTa Bremen entscheiden die Kinder über die Essensversorgung und die Gestaltung der gemeinsamen Mahlzeiten mit und beteiligen sich durch praktisches Handeln daran. Die Kinder nehmen sich ihre Speisen und Getränke selbstständig. Es ist das Recht der Kinder, selbstbestimmt zu entscheiden, ob, was und wie viel sie essen oder probieren wollen. Ausnahmen gibt es nur, wenn Kinder aufgrund einer Erkrankung oder aus religiösen bzw. weltanschaulichen Gründen eine besondere Ernährung einhalten müssen. Zudem kann es bei einzelnen Lebensmittelgruppen zu Einschränkungen bei der Entscheidungs-freiheit über die verzehrten Portionsgrößen kommen (z.B. Fleisch, Fisch). Hintergrund sind die Orientierungswerte für eine gesunde und nachhaltige Kita-Verpflegung der DGE. (10) Ausnahmen von der selbstbestimmten Entscheidung beim Essen sind mit den betreffenden Kindern zu besprechen.

Unter dem Leitgedanken der Partizipation ist die Mitwirkung von Kindern bei der Zubereitung der täglichen Speisen für die eigene Gruppe erwünscht, z.B. Gurken schneiden, Quarkspeise rühren oder Plätzchen ausstechen. Die Kinder können sich, entsprechend den Möglichkeiten in der Kita, ebenso an der Auswahl, dem Einkauf, der Zubereitung von Speisen für das Frühstück, für Feste und an der Zubereitung der täglichen Nachmittagsmahlzeit beteiligen. Die hauswirtschaftlichen und pädagogischen Fachkräfte sprechen sich dabei genau ab. Vorab werden die Kinder von einer hauswirtschaftlichen oder pädagogischen Fachkraft über die Hygieneregeln informiert.

Das regelmäßige Wunschessen der Kinder ist fester Bestandteil des Speiseplans. Es kann sowohl die Mittagsmahlzeit als auch das Frühstück umfassen. Das Wunschessen darf frei oder aus einer Auswahl von Komponenten oder Gerichten ausgesucht werden. Hilfreich ist dabei eine visuelle Unterstützung durch Fotos. Während die pädagogischen Fachkräfte, wenn möglich gemeinsam mit den hauswirtschaftlichen Kolleginnen, das Wunschessen mit den Kindern besprechen, sorgt das hauswirtschaftliche Fachpersonal dafür, dass die ausgewählten Speisen und Gerichte rasch und für die Kinder erkennbar in den Speiseplan aufgenommen werden. Zwischen der Besprechung des Wunschessens mit den Kindern und dem Angebot der gewünschten Speisen sollten nicht mehr als 14 Tage, besser 7 Tage liegen.

Weitere Möglichkeiten, die Kinder in die Planung und Gestaltung des Essensangebotes einzubeziehen, sind gelegentliche »Wunsch-dl-was-Wochen« oder Wunschessen einzelner Kinder (sichtbar auf dem Speiseplan vermerkt).

Der schriftliche Speiseplan wird für die Kinder durch einen »fühlbaren Speiseplan« und/oder einen aus Bildern bestehenden Speiseplan ergänzt. Beim »fühlbaren Speiseplan« werden die Rohprodukte des Mittagessens (bis auf die hygienisch empfindlichen) auf einem Tablett ausgestellt, das an einem für alle Kinder gut sichtbaren und zugänglichen Platz in der Kita aufgestellt wird. Vorsicht ist bei Lebensmitteln geboten, an denen sich kleine Kinder leicht verschlucken können. (Siehe Kapitel 3.2) Diese werden ggf. in einer gut verschlossenen, durchsichtigen Dose, einem Schraubglas oder in einem Klarsichtbeutel zur Ansicht dazugestellt.

12.1 Gestaltungslinie Fachöffentlichkeit Anwendungsbeispiele

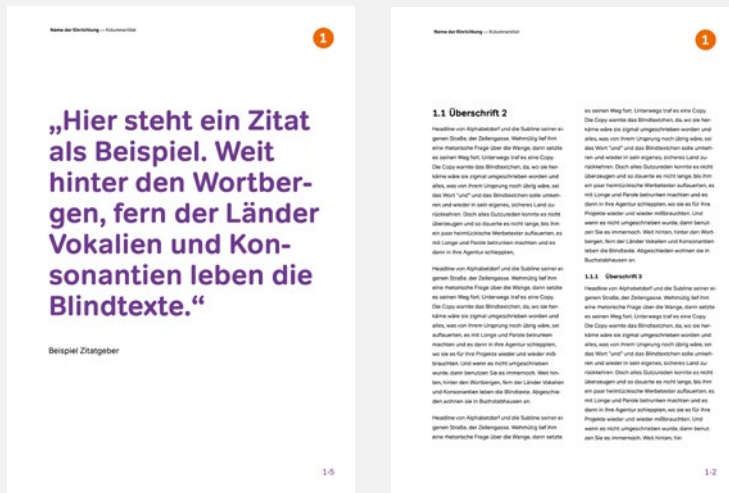
Broschüre Ernährungskonzept:
Beispiel Schaugrafik

In Infografiken und Schaubildern werden die Hausfarben flächig eingesetzt. Symbole und Bildelemente werden als Outline-Zeichnung im Stil der Icons gestaltet (vgl. 7).



12.1 Gestaltungslinie Fachöffentlichkeit Anwendungsbeispiele

Sammelordner
Konzeption Kinder- und
Familienzentrum
(Einlage als Word-Template)



12.1 Gestaltungslinie Fachöffentlichkeit Anwendungsbeispiele

Sammelordner
Konzeption Kinder- und
Familienzentrum
(Einlage als Word-Template)

Kategorie-Icons repräsentieren
die verschiedenen Angebote
der Einrichtungen.



Krippe



Kinder-
garten



Hort



Spielhaus
Treff

Konzeption

Kinder- und Familienzentrum Spielstraße



Impressum

KiTa Bremen
Eigenbetrieb der Stadtgemeinde
Bremen

Auf der Muggenburg 5
28217 Bremen

www.kita.bremen.de

Stand 10/2025

Kontakt

Aneka Große

+49 421 361 96955

aneka.grosse@kita.bremen.de

Sophie Charlotte Stuve

+49 421 361 30890

sophiecharlotte.stuve@kita.bremen.de