



Messedesign für Gemeinschaftsstände der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg

Für die Gestaltung von Gemeinschaftsständen der Hauptstadtregion Berlin- Brandenburg auf nationalen und internationalen Messen wird zwischen den Ländern Berlin und Brandenburg bis auf weiteres folgendes vereinbart:

1. Alle Gemeinschaftsstände sind generell in den Farben rot und weiß, alternativ rot und grau, zu gestalten.
2. Jeder Gemeinschaftsstand sollte in drei Gestaltungsebenen gegliedert sein.

Die 1. Ebene vermittelt die Fernwirkung des Standes. Die Fernwirkung kann durch ein Banner oder durch einen Turm als Gestaltungselemente erreicht werden. Die Gestaltungselemente sind mit der **Marke „Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg“** zu versehen. Je nach Messe kann ein claim zugefügt werden, z. B. „Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg - We make IT“ oder die Marke mit einem claim verknüpft werden, z. B. „Innovationen aus der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg“. Das Banner/der Turm hat einen roten Untergrund, die Schrift ist weiß.

Neben oder über der Dachmarke ist **links das Logo des Landes Brandenburg und rechts das Logo des Landes Berlin** anzubringen. Die Farbe der Logos ist weiß.

Bei Messen im Ausland muss in der 1. Ebene der Bezug zu Deutschland hergestellt werden. Die Dachmarke, ausgeführt in englischer Sprache, lautet dann: **„Germany’s Capital Region Berlin-Brandenburg“**.

Die 2. Ebene vermittelt die Zusammengehörigkeit aller Aussteller auf dem Gemeinschaftsstand. Dies kann z. B. in Form einer in rot gehaltenen umlaufenden Blende dargestellt werden. Die 2. Ebene kann auch mit einem claim oder mit der Dachmarke aus der 1. Ebene versehen werden.

Die 3. Ebene informiert über die Aussteller auf dem Firmengemeinschaftsstand, z. B. Name der Firma/des Ausstellers, Logo, Produktinformation. Dazu können Leuchtkästen, Stelen, Infotafeln, etc. genutzt werden.

Die unter 4 angeführten Details sind zu berücksichtigen.

3. Die Bodenflächen der Messestände sind mit einem passenden **roten Belag** zu versehen. Wenn im Falle von Auslandsmessen auf einem deutschen Gemeinschaftsstand die Umsetzung nicht möglich erscheint, muss eine Abstimmung im Einzelfall mit den Wirtschaftsressorts der beiden Bundesländer vorab herbeigeführt werden.
4. Gestaltung von Präsentationstafeln für Land und Firmen:

Weißer, grauer oder roter Untergrund, Schrift schwarz, bei rotem Untergrund weiß. Im oberen Bereich ist eine rote oder weiße Schutzzone für die Wort-Bild-Marke „Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg“ mit links Logo Brandenburg und rechts Logo Berlin, vorzusehen. Die darunter liegende Fläche steht für Informationen der Länder, z. B. für Branchen- oder Landesinformationen, für eine Ausstellerübersicht oder für Ausstellerinformationen zur Verfügung.
5. Infocounter

Auf jedem Gemeinschaftsstand ist ein Infocounter zu positionieren. An der Vorderseite werden die Logos der beiden Länder angebracht, Brandenburg links, Berlin rechts.
6. Partnerschaftlich verbundene Stände (nebeneinander liegend oder durch einen Gang getrennt) sind beim Standbau, der Standgestaltung und der Standgrafik (wie unter Pkt. 1 beschrieben) einander anzupassen und nach Möglichkeit mit einem gemeinschaftlichen Counter auszustatten.

Alle Partner, Organisationen und ausstellenden Unternehmen sollen sich mit der jeweiligen Gestaltung des Gemeinschaftsstandes identifizieren. Dazu ist mit allen Partnern eine enge Abstimmung durchzuführen.

Potsdam/Berlin, im Dezember 2005