



STYLEGUIDE

INHALT

LOGOS	3
FARBEN	15
TYPOGRAFIE	19
FORMSPRACHE	22
BILDSPRACHE	26
ANWENDUNGEN	31

LOGOS



BESTANDTEILE	4
OPEL HBL PRIMÄRLOGO	5
OPEL HBL SEKUNDÄRLOGO	6
2. HBL PRIMÄRLOGO	7
2. HBL SEKUNDÄRLOGO	8
EVENTLOGOS	9
LIDL FINAL4 SEKUNDÄRLOGO	10
SCHUTZZONE	11
LOGOGRÖSSEN	11
KOMBINATION MIT PARTNERLOGOS	12
DOPPELLOGO OPEL HBL/2. HBL	13
LOGOPLATZIERUNG	14

LOGOS

BESTANDTEILE

- (1) Bildmarke
- (2) Wortmarke
- (3) Sponsorenlogo
- (4) Basisform



LOGOS

OPEL HBL PRIMÄRLOGO

Das Primärlogo der Opel HBL bildet eine kombinierte Wort-/Bildmarke, die in dieser Form auf farbigen Hintergründen und auf Fotos platziert werden kann. Diese Version ist verpflichtend für alle Medien- und Einsatzzwecke.

Alle Logo-Versionen dürfen nur anhand des vorliegenden Dateipakets verwendet und nicht modifiziert werden. Wort- und Bildmarke stehen grundsätzlich immer zusammen und werden niemals getrennt verwendet.



LOGOS

OPEL HBL SEKUNDÄRLOGO

In Ausnahmefällen, die mit der Handball-Bundesliga GmbH individuell festzulegen sind und von dieser zwingend genehmigt werden müssen, kann das Sekundärlogo in einer Hochformatversion genutzt werden.

Die Benutzung des Sekundärlogos auf unterschiedlichen Hintergründen folgt denselben Regeln wie die des Primärlogos.

Alle Logo-Versionen dürfen nur anhand des vorliegenden Dateipakets verwendet und nicht modifiziert werden. Wort- und Bildmarke stehen grundsätzlich immer zusammen und werden niemals getrennt verwendet.



LOGOS

2. HBL PRIMÄRLOGO

Das Primärlogo der 2. HBL bildet eine kombinierte Wort-/Bildmarke, die in dieser Form auf farbigen Hintergründen und auf Fotos platziert werden kann. Diese Version ist verpflichtend für alle Medien- und Einsatzzwecke.

Alle Logo-Versionen dürfen nur anhand des vorliegenden Dateipakets verwendet und nicht modifiziert werden. Wort- und Bildmarke stehen grundsätzlich immer zusammen und werden niemals getrennt verwendet.



LOGOS

2. HBL SEKUNDÄRLOGO

In Ausnahmefällen, die von der Handball-Bundesliga GmbH individuell festzulegen sind und von dieser zwingend genehmigt werden müssen, kann das Sekundärlogo in einer Hochformatversion genutzt werden.

Die Benutzung des Sekundärlogos auf unterschiedlichen Hintergründen folgt denselben Regeln wie die des Primärlogos.

Alle Logo-Versionen dürfen nur anhand des vorliegenden Dateipakets verwendet und nicht modifiziert werden. Wort- und Bildmarke stehen grundsätzlich immer zusammen und werden niemals getrennt verwendet.



LOGOS

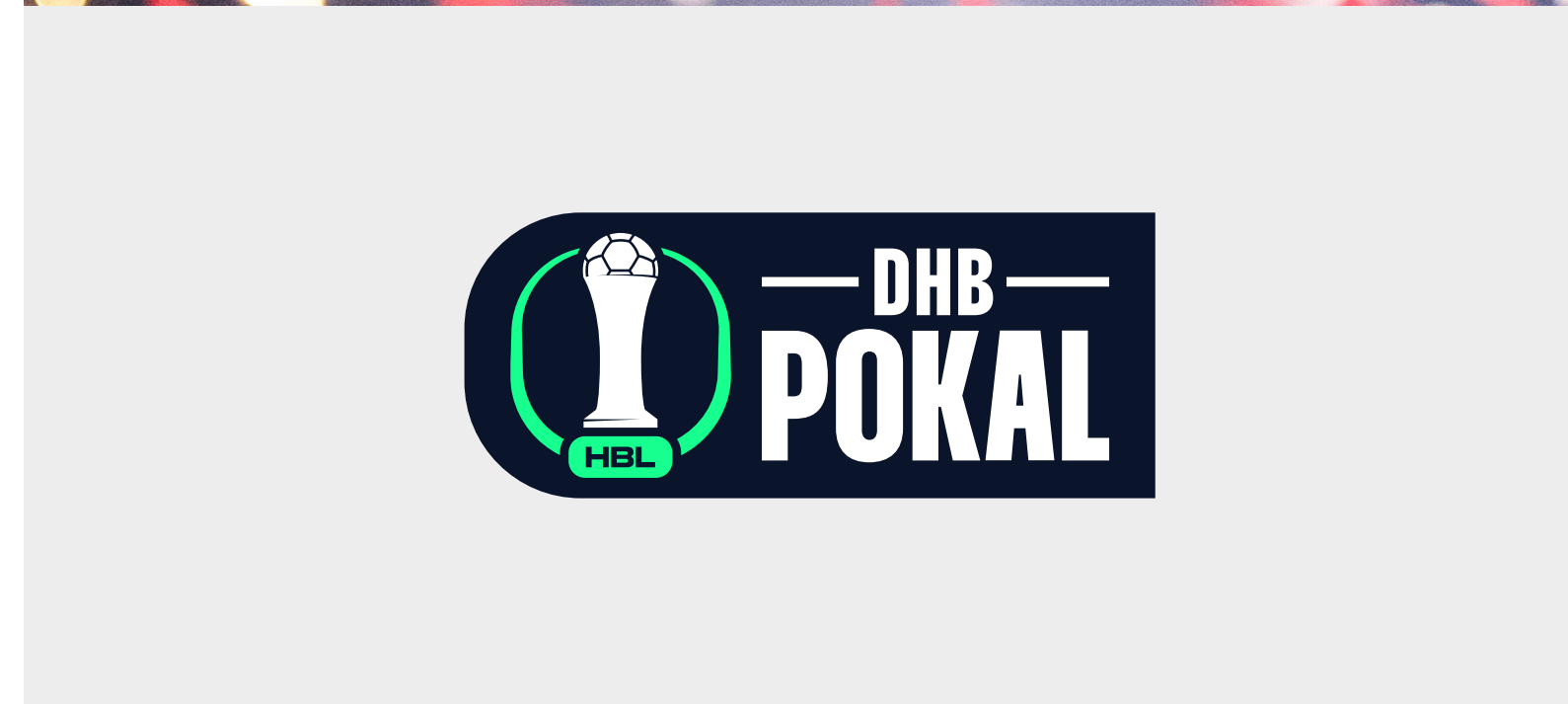
EVENTLOGOS

Die Eventlogos der HBL bilden eine kombinierte Wort-/Bildmarke, die als Version mit Basisform (in der Farbe NACHT BLAU) auf farbigen Hintergründen und auf Fotos platziert werden kann. Diese Version ist verpflichtend für alle Medien- und Einsatzzwecke.

Für die Platzierung auf dunklen Hintergründen im Kontext des HBL-Brandings können die Alternativversionen ohne Basisform verwendet werden.

Die rechts abgebildeten Beispiele zum Einsatz des DHB-Pokal-Logos gelten für alle Eventlogos der HBL.

Alle Logo-Versionen dürfen nur anhand des vorliegenden Dateipakets verwendet und nicht modifiziert werden. Wort- und Bildmarke stehen grundsätzlich immer zusammen und werden niemals getrennt verwendet.

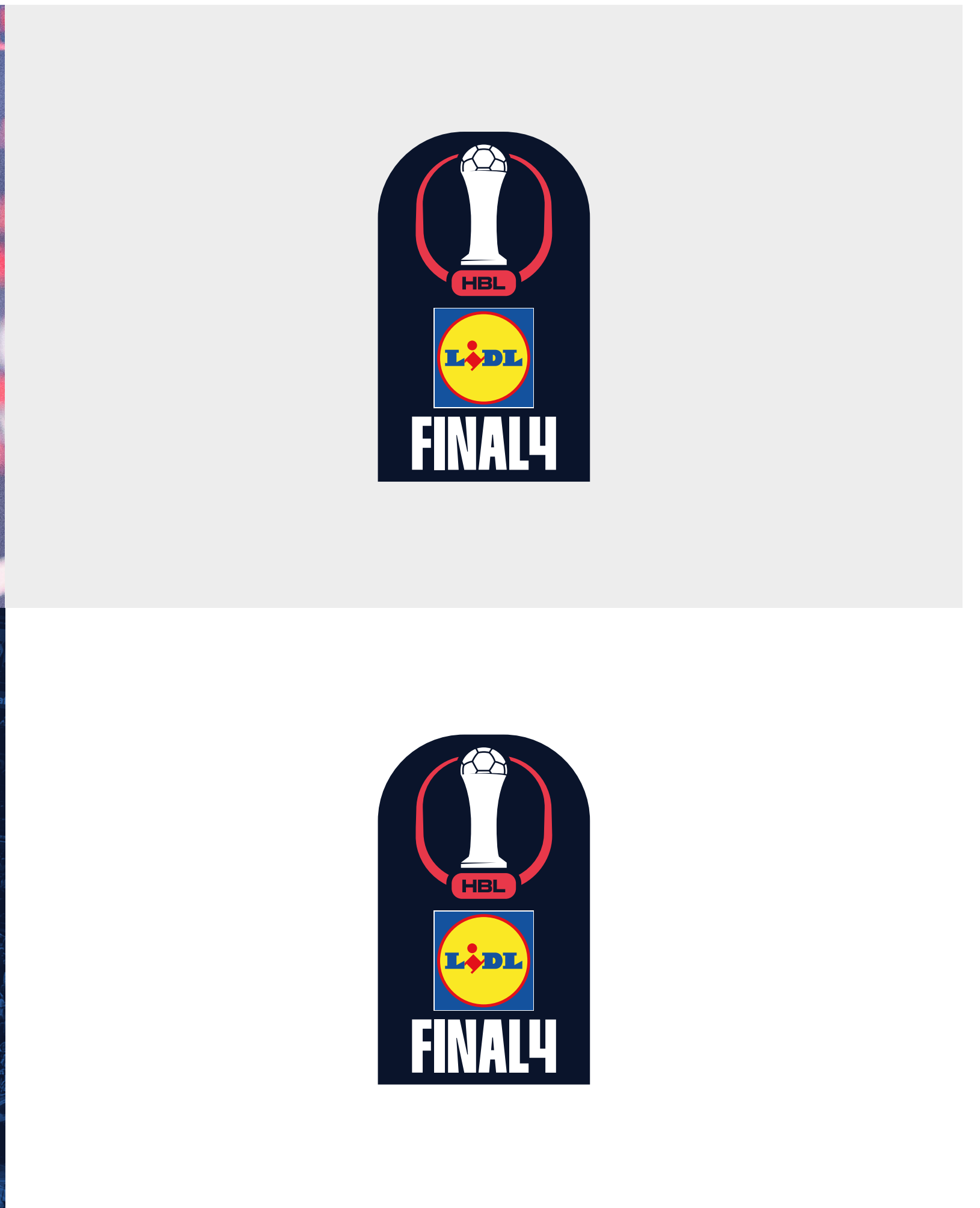
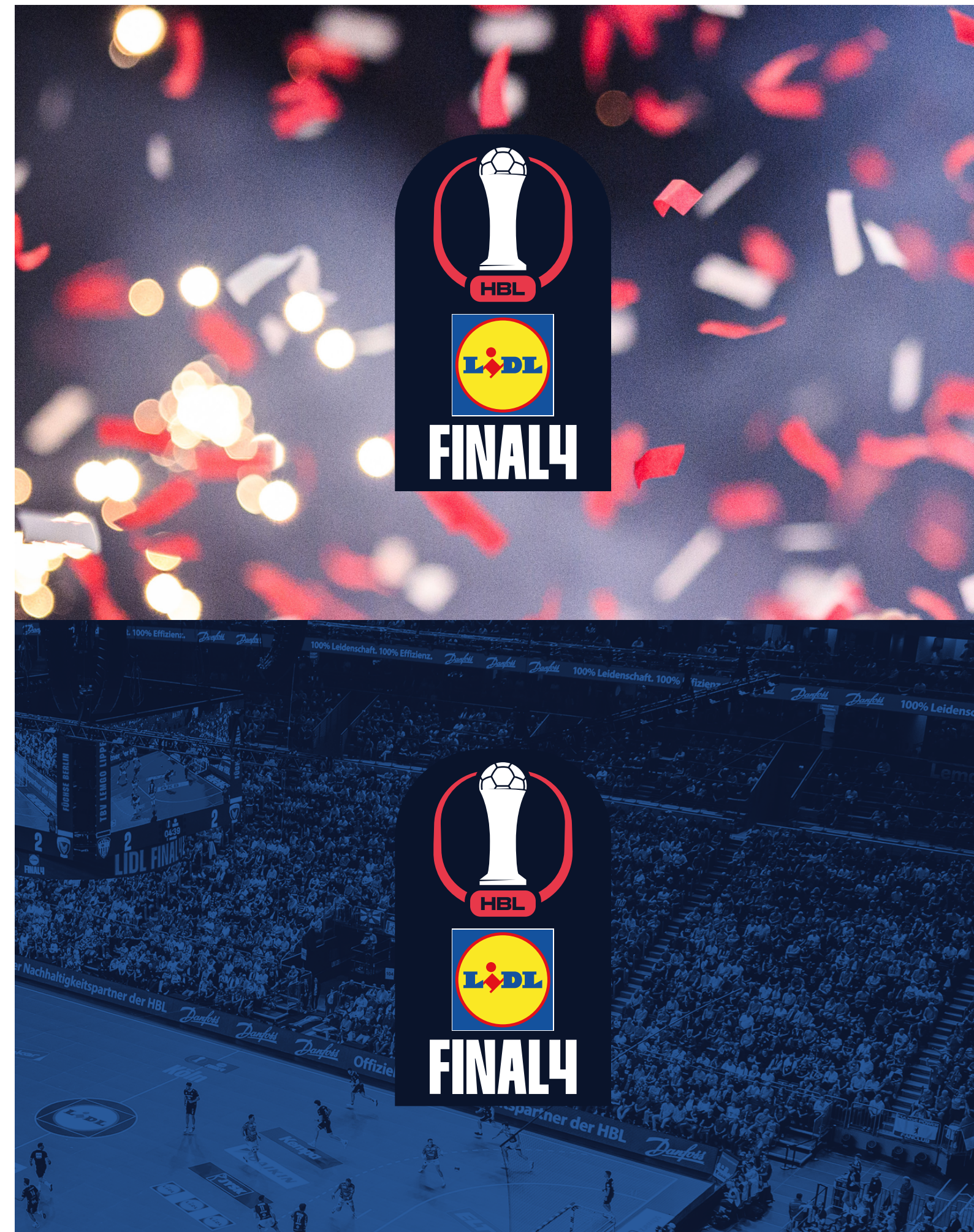


LOGOS

LIDL FINAL4 SEKUNDÄRLOGO

In Ausnahmefällen, die von der Handball-Bundesliga GmbH individuell festzulegen sind und von dieser zwingend genehmigt werden müssen, kann das Lidl Final4-Logo in einer Hochformatversion genutzt werden. Diese Version existiert nur mit Basisform.

Alle Logo-Versionen dürfen nur anhand des vorliegenden Dateipakets verwendet und nicht modifiziert werden. Wort- und Bildmarke stehen grundsätzlich immer zusammen und werden niemals getrennt verwendet.



LOGOS

SCHUTZZONE

Um eine optimale Erkennbarkeit und Wirkung der HBL-Logos zu gewährleisten, muss die Schutzzone beachtet werden, die sich aus der Hälfte der kürzeren Seite der eingesetzten Logogröße definiert.

Die Schutzzone ist als Mindestabstand zu anderen Logos und Grafikelementen, sowie zu den Rändern des Mediums, auf dem das Logo eingesetzt wird, zu verstehen.

Die Schutzzone bezieht sich nicht auf Hintergrund-Grafiken oder hinter dem Logo platzierte Fotos.

Die definierten Schutzzeiten und Mindestgrößen gelten für alle Logos der HBL und ihrer Events.



LOGOGRÖSSEN

Um die Lesbarkeit der HBL-Logos zu gewährleisten, sollten die folgenden Mindestgrößen beachtet werden.

Die Angaben für digitale Medien beziehen sich auf die Standard-Bildschirmauflösung von 72 dpi. Für die optimierte Nutzung auf Retina- oder anderen hochauflösenden Displays sind die Werte zur Mindestgröße mit dem entsprechenden Skalierungsfaktor zu multiplizieren.



LOGOS

KOMBINATION MIT PARTNERLOGOS

Für eine kombinierte Darstellung mit einem Partnerlogo wird immer das Primärlogo der HBL verwendet.
Die Schutzzone wird in diesem Fall halbiert und beträgt zu allen Seiten mindestens ein Viertel der Logohöhe.

Der Trennstrich zwischen den Logos wird auf dunklem Hintergrund in WEISS und auf hellem Hintergrund in der Farbe PRIME BLAU eingesetzt.

Die Anordnung der Logos erfolgt im Regelfall nebeneinander. Nur in Ausnahmefällen ist eine Anordnung der Logos untereinander möglich. Die Schutzzone ist nach denselben Regeln einzuhalten.



SEITLICHE SCHUTZZONE = X



SEITLICHE SCHUTZZONE = X



LOGOS

DOPPELLOGO OPEL HBL/2. HBL

Für die kombinierte Darstellung der Logos von der Opel HBL und der 2. HBL als Doppellogo gelten hinsichtlich der Logo-Schutzzonen und der Farbgebung die gleichen Vorgaben wie bei der Kombination mit Partnerlogos.

Je nach Bedarf werden die beiden Logos vertikal oder horizontal angeordnet verwendet.



LOGOS

LOGOPLATZIERUNG

Die Logos der HBL als Absender werden im Normalfall in der rechten oberen Ecke des Mediums, auf dem sie eingesetzt werden, platziert.

Die einzusetzende Größe richtet sich nach Seitenverhältnis und Endformat des jeweiligen Mediums. Für die gängigsten Formate können die nebenstehenden Werte zur Orientierung verwendet werden. Begründete Abweichungen von diesen Empfehlungen sind möglich.

Bei ungewöhnlichen Formaten, die sehr breit, lang, groß oder klein sind (bspw. Banner, Banden, Hissflaggen etc.), muss die Größe der Logos individuell nach gestalterischem Ermessen gewählt werden.

In inhaltlich begründeten oder dem Format geschuldeten Sonderfällen ist auch eine vertikal zentrierte Platzierung des Logos möglich, bspw. wenn das Logo in direktem Kontext zu einer Headline gesetzt wird oder auf Deckblättern.

Der Abstand zu den seitlichen und oberen Rändern des Endformats ist vorzugsweise gleich groß, kann aber, je nach Platzverhältnissen und Seitenverhältnis des Formates, auch individuell bestimmt werden.

In jedem Fall sollten die zuvor genannten Schutzzonen und Mindestgrößen beachtet werden.

LOGOBREITE =
20% DER FORMATBREITE
216 PX



1080 X 1920 PX

LOGOBREITE =
20% DER FORMATBREITE
216 PX



1080 X 1350 PX

LOGOBREITE =
20% DER FORMATBREITE
216 PX



1080 X 1080 PX

LOGOBREITE =
15% DER FORMATBREITE
288 PX



1920 X 1080 PX

LOGOBREITE =
20% DER FORMATBREITE
42 MM



210 X 297 MM
DIN A4

FARBEN

BASISFARBEN	16
KONTRASTFARBEN	17
FARB-BIBLIOTHEK	17
FARBVERLAUF	18

FARBEN

BASISFARBEN

Die HBL verwendet wettbewerbsübergreifend die auf dieser Seite dargestellten Farben.

Die Farbe NACHT BLAU wird primär großflächig im Hintergrund eingesetzt.

Die Farbe PRIME BLAU wird als zusätzliche Hintergrund-Farbe verwendet, bspw. für die Hintergrund-Grafik oder einen Farbverlauf in Kombination mit NACHT BLAU.

Die anderen beiden Blautöne können punktuell verwendet werden, um Informationen hierarchisch zu ordnen oder optisch zu trennen, kommen aber immer nur in Kombination mit NACHT BLAU und PRIME BLAU zum Einsatz und werden nicht großflächig eingesetzt (s. Anwendungen).

Je nach Medium können auch LICHT GRAU und WEISS für einzelne Grafikelemente als Hintergrundfarbe eingesetzt werden. In diesem Fall ist die Farbe NACHT BLAU als primäre Textfarbe einzusetzen.

SCREENMEDIEN		PRINTMEDIEN	
NACHT BLAU	R11 G20 B44 #0B142C	C100 M80 Y25 K80 PANTONE 296 C	primäre Hintergrundfarbe großflächiger Einsatz kann auf hellen Hintergründen als Textfarbe eingesetzt werden
PRIME BLAU (→ LOGO-FARBE)	R29 G47 B86 #1D2F56	C100 M85 Y35 K30 PANTONE 648 C	Hintergrundfarbe in Kombination mit NACHT BLAU (Verlauf, Hintergrundgrafik)
ARENA BLAU	R35 G69 B121 #234579	C95 M75 Y25 K10 PANTONE 7687 C	punktuel­ler Einsatz zur Differenzierung von Informationen
PITCH BLAU	R41 G90 B156 #295A9C	C90 M65 Y10 K0 PANTONE 7685 C	punktuel­ler Einsatz zur Differenzierung von Informationen
LICHT GRAU	R237 G237 B237 #EDEDED	C0 M0 Y0 K10	alternative Hintergrundfarbe zur Differenzierung von Weiß
WEISS	R255 G255 B255 #FFFFFF	C0 M0 Y0 K0	sekundäre Textfarbe auf dunklen Hintergründen (Subheadlines etc.)

FARBEN

KONTRASTFARBEN

Um die Energie und Intensität zu transportieren, die der Handball-Sport mit sich bringt, wurde eine Farbpalette mit leuchtenden Kontrastfarben definiert.

Den unterschiedlichen Wettbewerben und Events wurde jeweils eine Kontrastfarbe zugeordnet, die in Kombination mit den Basisfarben genutzt wird, um die Wettbewerbe eindeutig voneinander zu differenzieren.

Die Kontrastfarben werden akzentuiert verwendet, um einzelne Text- oder Grafikelemente hervorzuheben und eine klare Informationshierarchie zu begünstigen. Bspw. können Headlines, CTAs oder u.U. auch Domains als wichtigste Informationsträger innerhalb eines Layouts in der Kontrastfarbe des jeweiligen Wettbewerbs gesetzt werden.

Um die Strahlkraft der Farben optimal zur Geltung zu bringen, werden die Kontrastfarben immer in direkter Kombination mit den Basisfarben NACHT BLAU und PRIME BLAU verwendet (s. Anwendungen).

Für den Einsatz der Kontrastfarben in Printmedien wird die Verwendung der Pantone-Werte empfohlen.

FARB-BIBLIOTHEK

Für alle Farbwerte steht zur unkomplizierten Anwendung in Adobe-Programmen im Downloads-Bereich eine Farb-Bibliothek (RGB + CMYK) zur Verfügung.

SCREENMEDIEN		PRINTMEDIEN
HBL TÜRKIS	R0 G242 B213 #00F2D5	C66 M0 Y26 K0 PANTONE 3252 C
SUPER CUP BLAU	R69 G153 B255 #4599FF	C73 M37 Y0 K0 PANTONE 279 C
FINAL4 ROT	R255 G48 B69 #FF3045	C0 M88 Y63 K0 PANTONE 1787 C
2. HBL ORANGE	R255 G149 B20 #FF9514	C0 M50 Y95 K0 PANTONE 1375 C
ALL STAR GAME GOLD	R250 G200 B0 #FAC800	C0 M20 Y100 K0 PANTONE 116 C
DHB-POKAL GRÜN	R23 G255 B143 #17FF8F	C70 M0 Y67 K0 PANTONE 7479 C

FARBEN

FARBVERLAUF

Im Hintergrund kann alternativ zur einfarbigen Fläche ein Farbverlauf zwischen den Farben NACHT BLAU und PRIME BLAU eingesetzt werden.

Dieser sollte unabhängig vom Seitenverhältnis einer der nebenstehend definierten Spezifikationen folgen.



TYPOGRAFIE

SCHRIFTARTEN	20
SCHRIFTARTEN DOKUMENTE	20
SCHRIFTARTEN E-MAILS	20
CLAIM SCHREIBWEISE	21
CLAIM FORMATIERUNG	21
CLAIM FARBGEBUNG	21

TYPOGRAFIE

SCHRIFTARTEN

Um den Anforderungen verschiedener Medien gerecht zu werden und eine leicht erfassbare Informationshierarchie zu ermöglichen, besteht das Schriftset der HBL aus 2 verschiedenen Schriftfamilien:

“Thunder” ist eine charakterstarke Condensed-Schrift, die in 2 Schriftschnitten vorliegt.
“Sofia Sans” funktioniert als klare und gut lesbare Ergänzung mit dem Fokus auf Informationsvermittlung und wird in 3 Schnitten verwendet.

Die Verwendung der einzelnen Schriftschnitte richtet sich nach den nebenstehenden Richtlinien. Die Grafiken im Kapitel “Anwendungsbeispiele” vermitteln ein Gefühl für Größenverhältnisse und die verschiedenen Einsatzzwecke.

SCHRIFTARTEN DOKUMENTE

Für die Verwendung in den Dokument-Vorlagen der HBL wird, zum Zwecke der bestmöglichen Lesbarkeit bei kleinen Schriftgrößen, "Sofia Sans" in den Schriftschnitten Bold und Regular verwendet.

Die Schriftart "Thunder" wird ausschließlich für die Deckblätter der A4-Vorlagen und die Headlines, Subheadlines und Deckblätter des PowerPoint-Templates in den vordefinierten Schriftgrößen verwendet.

SCHRIFTARTEN E-MAILS

Für die Verwendung in E-Mail-Programmen wird als alternative Schriftart "Arial" verwendet.

THUNDER BOLD LC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456
!/?/"€ß

Einsatz für:
Headlines, primäre Informationen

wird nur in Versalien verwendet

sollte möglichst groß eingesetzt werden (nicht unter 24pt)

dosierter Einsatz um primäre Informationen hervorzuheben

nicht für lange Texte oder viele Wörter einsetzen

Laufweite 10 bei Schriftgröße <50pt

THUNDER MEDIUM LC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!/?/"€ß%*

Einsatz für:
bspw. Spieler- oder Teamnamen

wird nur in Versalien verwendet

nicht für lange Texte oder viele Wörter einsetzen

Laufweite 20

SOFIA SANS EXTRA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!/?/"€ß%*

Einsatz für:
bspw. Textauszeichnungen

wird in Groß- und Kleinschreibung verwendet

SOFIA SANS BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!/?/"€ß%*

Einsatz für:
bspw. Subheadlines

wird in Groß- und Kleinschreibung verwendet

wird in Dokumenten als primäre Font verwendet

SOFIA SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
!/?/"€ß%*

Einsatz für:
Fließtexte

wird in Groß- und Kleinschreibung verwendet

wird in Dokumenten als primäre Font verwendet

TYPOGRAFIE

CLAIM SCHREIBWEISE

Der Claim „DIE STÄRKSTE LIGA DER WELT.“ wird immer in Versalien gesetzt und mit einem Punkt beendet.

CLAIM FORMATIERUNG

Der Claim wird immer im Schriftschnitt “Thunder Bold LC” mit der Laufweite 20 gesetzt und im Normalfall 1-zeilig abgebildet. Je nach Einsatzzweck kann der Claim auch 2- oder 3-zeilig, bspw. als großflächiges Gestaltungselement oder für den Einsatz in besonders schmalen Formaten, genutzt werden (s. Anwendungsbeispiele). In diesen Fällen sind die Absätze entsprechend der nebenstehenden Beispiele zu setzen.

Der Zeilenabstand für die mehrzeilige Darstellung des Claims entspricht in jedem Fall 80 % der Schriftgröße.

Z.B.: Schriftgröße 50 = Zeilenabstand 40

CLAIM FARBGEBUNG

Der Claim wird als der Opel HBL zugeordnetes Brand-Element im Normalfall in der Farbe HBL TÜRKIS auf dunklem Hintergrund verwendet.

Je nach Anforderungen und Einsatzzweck ist im Rahmen der Basis-Farben auch eine alternative Farbgebung möglich.

DIE STÄRKSTE LIGA DER WELT.

**DIE STÄRKSTE LIGA
DER WELT.**

**DIE STÄRKSTE
LIGA DER
WELT.**

FORMSPRACHE

HERLEITUNG	23
BERECHNUNG	23
VERWENDUNG	23
HINTERGRUND-GRAFIK	24
ERWEITERUNG DER FLÄCHENFARBE	25
KOMBINIERTER VERSION	25

FORMSPRACHE

HERLEITUNG

Um die Identität des Handball-Sports zu stärken, werden im Branding der HBL Formen verwendet, die sich an der Geometrie des Wurfkreises (6m-Raum) eines Handball-Spielfeldes orientieren.

BERECHNUNG

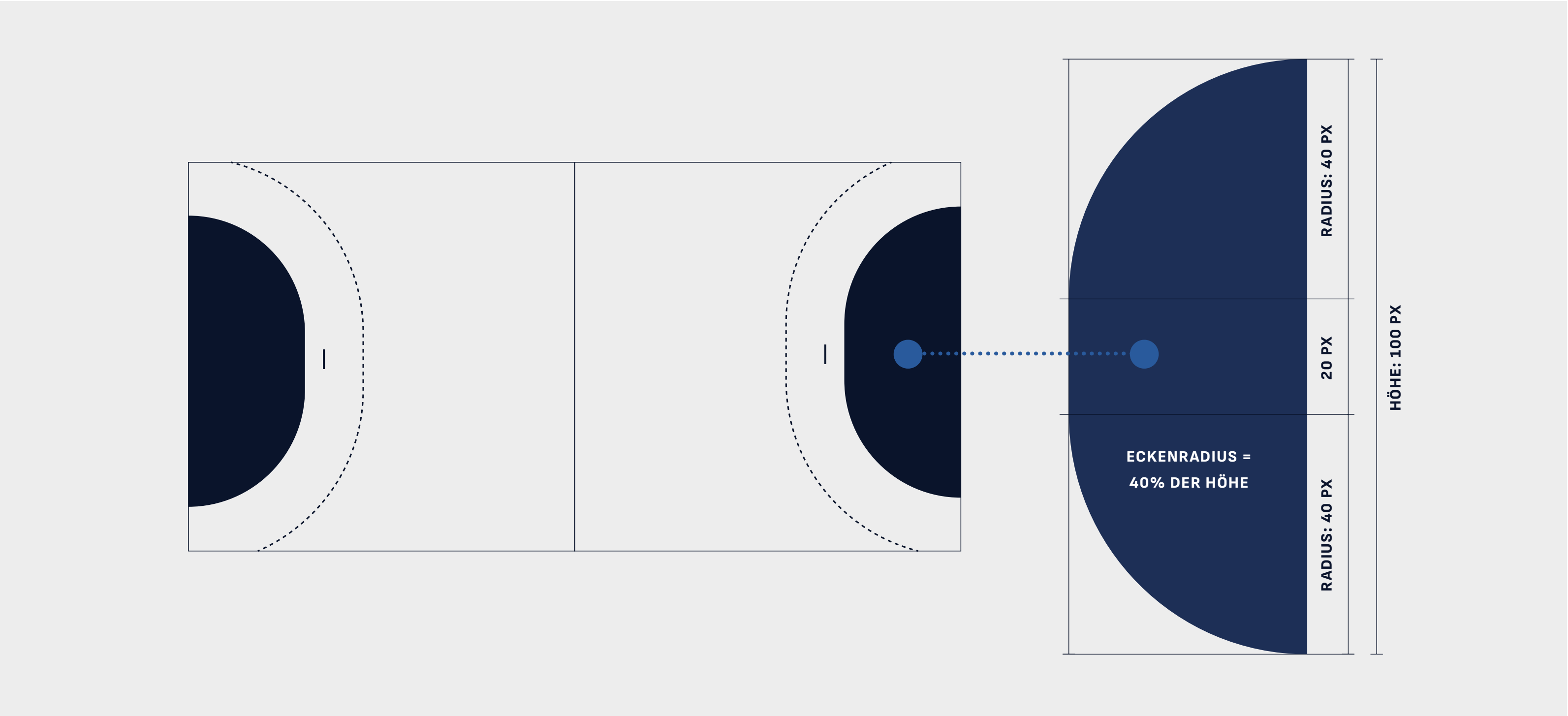
Beim Einsatz dieser Formen muss immer darauf geachtet werden, dass der Eckenradius entsprechend der hier definierten Vorgaben eingesetzt wird.

VERWENDUNG

Die daraus resultierende Form soll möglichst flexibel, gerne kreativ, aber immer dem Zweck entsprechend sinnvoll eingesetzt werden, z.B. als Rahmen, Fotomaske, Textfeld, Buttons oder im Hintergrund (s. Anwendungen).

Die Form darf auf allen 4 Seiten eines Rechtecks angewendet und auch in den Anschnitt gesetzt werden. Es werden immer 2 oder alle 4 Ecken eines Rechtecks abgerundet – aber nie 1 oder 3 Ecken.

Nach diesem Prinzip ist im Opel-HBL-Logo der Eckenradius bspw. nur auf der linken Seite (2 Ecken) eines Rechtecks eingesetzt, während die rechte Seite eckig bleibt. Für Interface-Buttons würde der o.g. Radius auf alle 4 Ecken eines Rechtecks angewendet Sinn ergeben. Als Hintergrund-Grafik könnte eine großflächig in den Anschnitt gesetzte Form verwendet werden.



ECKENRADIUS BERECHNUNG:

LINKS/RECHTS ABGERUNDET = 40% DER HÖHE
OBEN/UNTEN ABGERUNDET = 40% DER BREITE
KOMPLETT ABGERUNDET = 40% DER KÜRZEREN SEITE



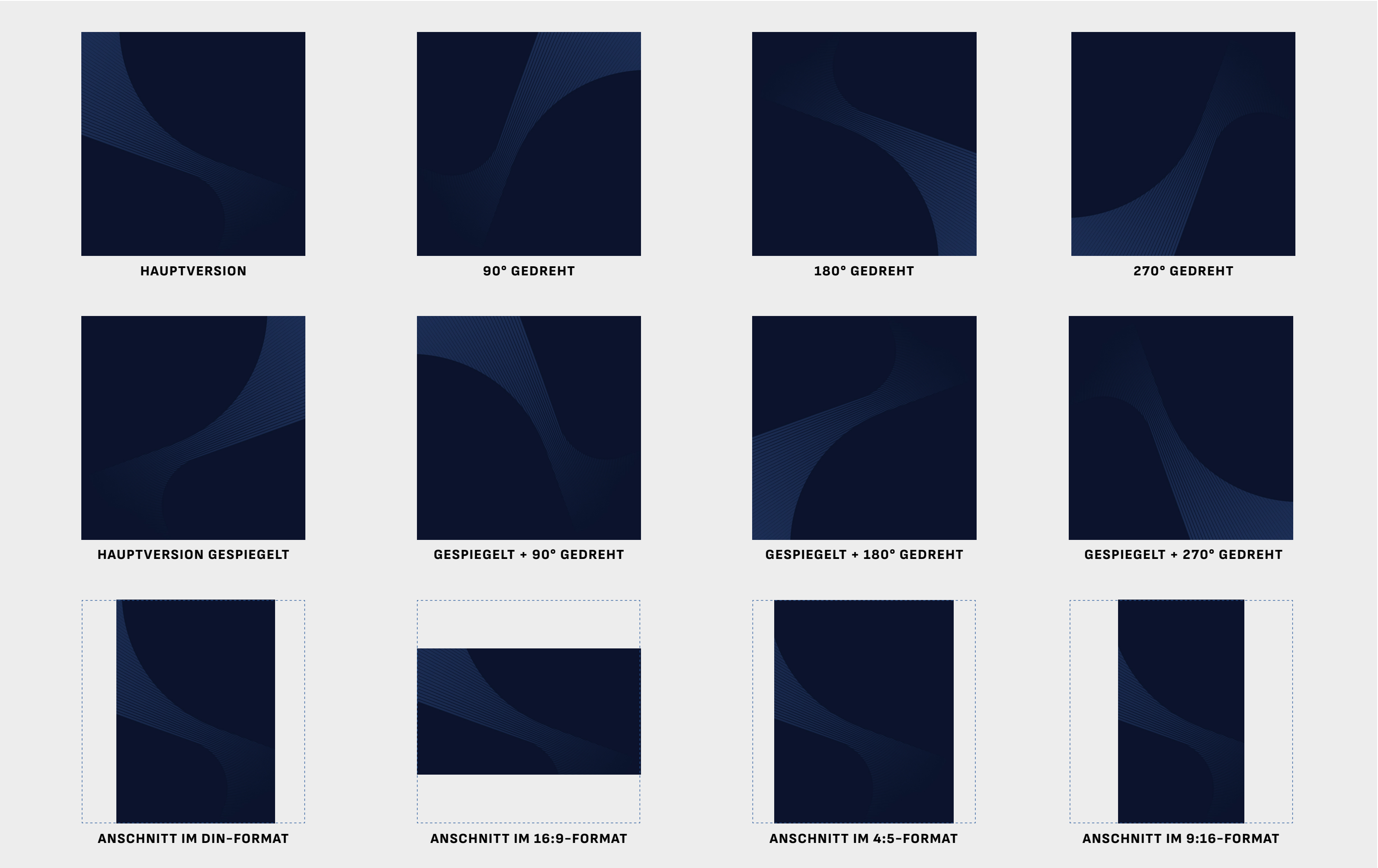
FORMSPRACHE

HINTERGRUND-GRAFIK

Für die Hintergrundgestaltung wurde auf Basis der geometrischen Grundformen des Wurfkreises eine Grafik erstellt, die wettbewerbsübergreifend und flexibel – entsprechend der folgenden Vorgaben – eingesetzt werden kann.

Die Grafik kann in 90°-Schritten gedreht und auch gespiegelt werden. Das quadratische Grundformat kann entsprechend dem Medienformat, in dem es eingesetzt wird, in den Anschnitt gesetzt und umpositioniert werden. Auch im Anschnitt sind gespiegelte oder gedrehte Varianten möglich.

Die Grafik steht im Downloads-Bereich zur Verfügung. Beispiele finden sich im Kapitel “Anwendungsbeispiele”.



FORMSPRACHE

ERWEITERUNG DER FLÄCHENFARBE

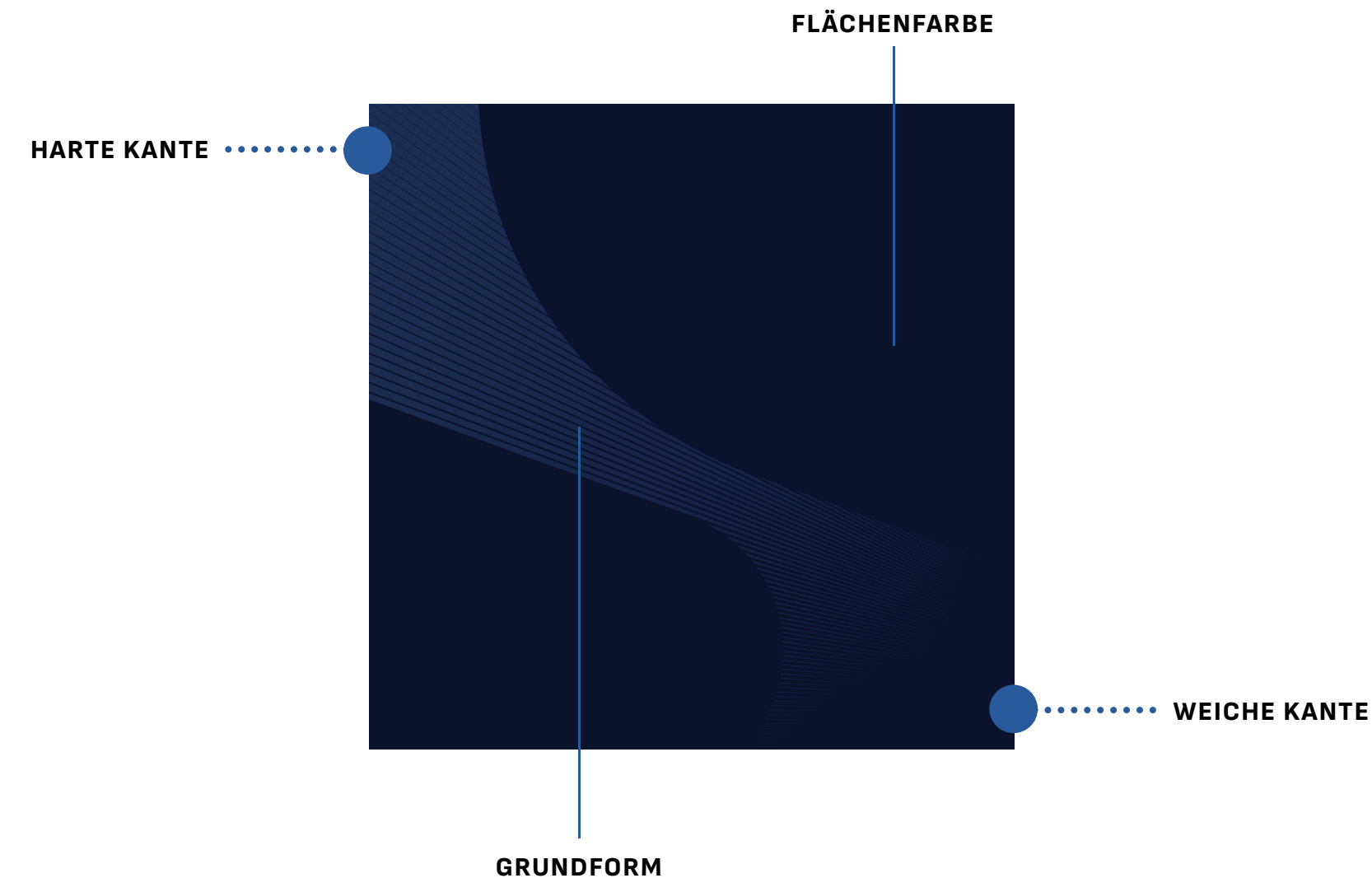
Eine weitere Variation ist die Erweiterung der Flächenfarbe NACHT BLAU. Dadurch wird der Einsatz der Hintergrund-Grafik in den Seiten bzw. Ecken eines Layouts möglich.

Es ist in jedem Fall darauf zu achten, dass die harte Kante der Grundform entweder am Rand des verwendeten Medienformats ansetzt oder sich – im Anschnitt – außerhalb des Medienformats befindet.

Neben der harten Kante ist somit keine Erweiterung der Flächenfarbe möglich.

Neben der Seite der weichen Kante ist die Hinzunahme einer Farbfläche in NACHT BLAU möglich (1).

Diese Option besteht unabhängig vom Format und der Tatsache, ob die Hintergrund-Grafik gespiegelt oder gedreht eingesetzt wird.

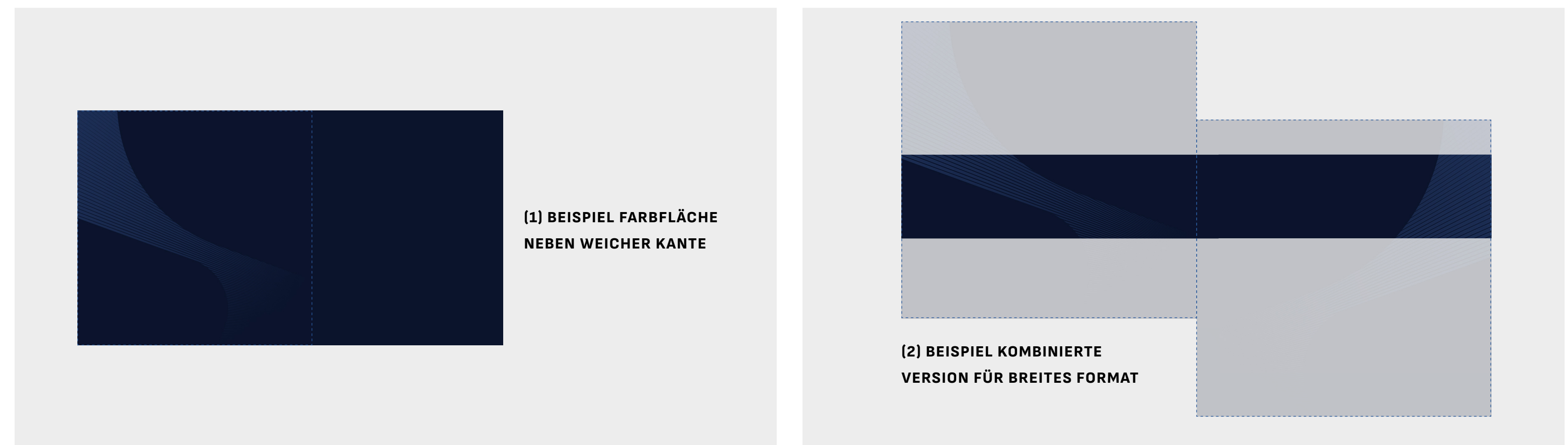


KOMBINIerte VERSION

Es besteht auch die Möglichkeit, die Hintergrund-Grafik zweimal in einem Layout einzusetzen, bspw. für besonders breite Formate wie Banner o.Ä.

Dadurch wird ein Hintergrund-Design möglich, dass Grafik-Elemente an zwei gegenüberliegenden Seiten eines Mediums einsetzt.

Für eine dynamische Gesamtwirkung sollte bei der Kombination aus zwei Grafiken eine der beiden Varianten gespiegelt eingesetzt werden und ein anderer Ausschnitt verwendet werden als bei der ersten Variante. (2)



BILDSPRACHE

FOTOAUSWAHL	27
FOTOFILTER HINTERGRUND	28
FOTOFILTER VORDERGRUND	29
FOTOFILTER KOMBINATION	29
ANWENDUNG FOTOFILTER HINTERGRUND	30
ANWENDUNG FOTOFILTER VORDERGRUND	30

BILDSPRACHE

FOTOAUSWAHL

Die HBL steht u.a. für Leidenschaft, Emotionen und Dynamik. Dieses sind für die Außenwirkung zentrale Begriffe, die auch über das Branding transportiert werden sollen.

Entsprechend sollte bei der Auswahl passender Fotos verstärkt darauf geachtet werden, diese Begriffe in allen Bereichen, in denen Fotos über den reinen Reportage-Einsatz hinaus genutzt werden, als Orientierungshilfe zu nutzen.

Dabei sollte der zentrale Bestandteil des Motivs möglich eindeutig – und ohne potenziell ablenkende Bestandteile – abgebildet werden.

Um das zu erreichen, wird empfohlen, die Fotos entsprechend zu beschneiden oder bevorzugt einen Ausschnitt zu wählen und nicht das gesamte Foto abzubilden.

Wenn bspw. eine Emotion abgebildet werden soll, die sich insbesondere im Gesicht des Protagonisten zeigt, kann es sinnvoll sein, den Ausschnitt so zu wählen, dass das Gesicht in Großaufnahme gezeigt wird. Wenn die Emotion sich auch im Körper ausdrückt (z.B. Fäuste oder gesamte Körperhaltung) würde man den Ausschnitt dementsprechend wählen.

Bei totalen oder halbtotalen Einstellungen sind Motive mit geringer Schärfentiefe und weichem Hintergrund zu bevorzugen, um den Fokus auf das Motiv zu lenken.



BILDSPRACHE

FOTOFILTER HINTERGRUND

Um ein stringentes Gesamtbild zu erzeugen, stehen im Downloads-Bereich verschiedene Fotofilter als Photo-shop-Template zur Verfügung, die für Marketing-Assets, Social Media-Beiträge etc. genutzt werden können.

Die hier aufgelisteten Filter können als dynamisches Gestaltungselement genutzt werden und eignen sich am besten als Hintergrund für Freisteller, Text- oder andere Grafikelemente.

Basis-Filter, die sich aus den Basisfarben zusammensetzen, können wettbewerbsübergreifend genutzt werden. Die entsprechend der verschiedenen Wettbewerbe benannten Filter sind explizit zur Kommunikation des jeweiligen Wettbewerbs vorgesehen.

Die Nutzung der Fotofilter schließt eine grundlegende Nachbearbeitung von Fotos im Hinblick auf Optimierung von Kontrast, Helligkeit etc. nicht aus.

Eine Kombination aus mehreren Hintergrundfiltern, die übereinander liegen, ist nicht möglich.

BASIS-FILTER:



BASIS LIGHT



BASIS DARK - LOW CONTRAST



BASIS DARK - MID CONTRAST



BASIS DARK - HIGH CONTRAST

WETTBEWERBS-FILTER:



HBL



2.HBL



FINAL4



DHB-POKAL



SUPER CUP



ALL STAR GAME

BILDSPRACHE

FOTOFILTER VORDERGRUND

Um einen einheitlichen – den Brand-Farben der HBL entsprechenden – Look zu erzeugen, der das Foto nicht so stark verfremdet wie die o.g. Hintergrundfilter, kann der Vordergrundfilter genutzt werden. Dieser lässt sich sowohl auf das gesamte Foto als auch auf Freisteller anwenden.

Die Nutzung der Fotofilter schließt eine grundlegende Nachbearbeitung von Fotos im Hinblick auf Optimierung von Kontrast, Helligkeit etc. nicht aus.



ORIGINAL FOTO



MIT VORDERGRUND FILTER



FREISTELLER MIT VORDERGRUND FILTER

FOTOFILTER KOMBINATION

Um den visuellen Fokus auf einen Spieler oder ein anderes Bildelement zu verstärken, ist es möglich, eine Kombination aus Vorder- und Hintergrundfilter anzulegen.

In diesem Fall wird der Vordergrundfilter auf einen Freisteller gelegt und ein beliebiger Hintergrundfilter auf den zum Freisteller gehörigen Hintergrund oder ein anderes Foto gelegt.



KOMBINIERT MIT BASIS DARK - HIGH CONTRAST



KOMBINIERT MIT HBL



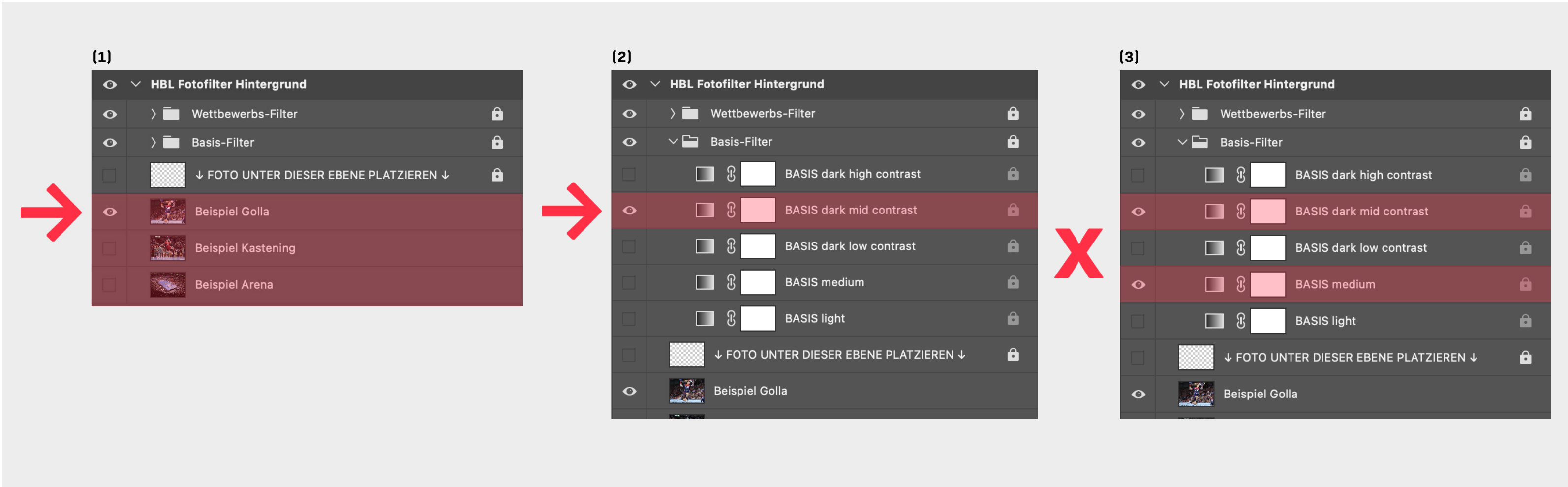
KOMBINIERT MIT FINAL4 + ZWEITEM FOTO

BILDSPRACHE

ANWENDUNG FOTOFILTER HINTERGRUND

- (1) Entsprechendes Foto in der PSD-Datei platzieren
- (2) Gewünschte Filter-Ebene anwählen
- (3) Sicherstellen, dass nur eine Filter-Ebene angewählt ist

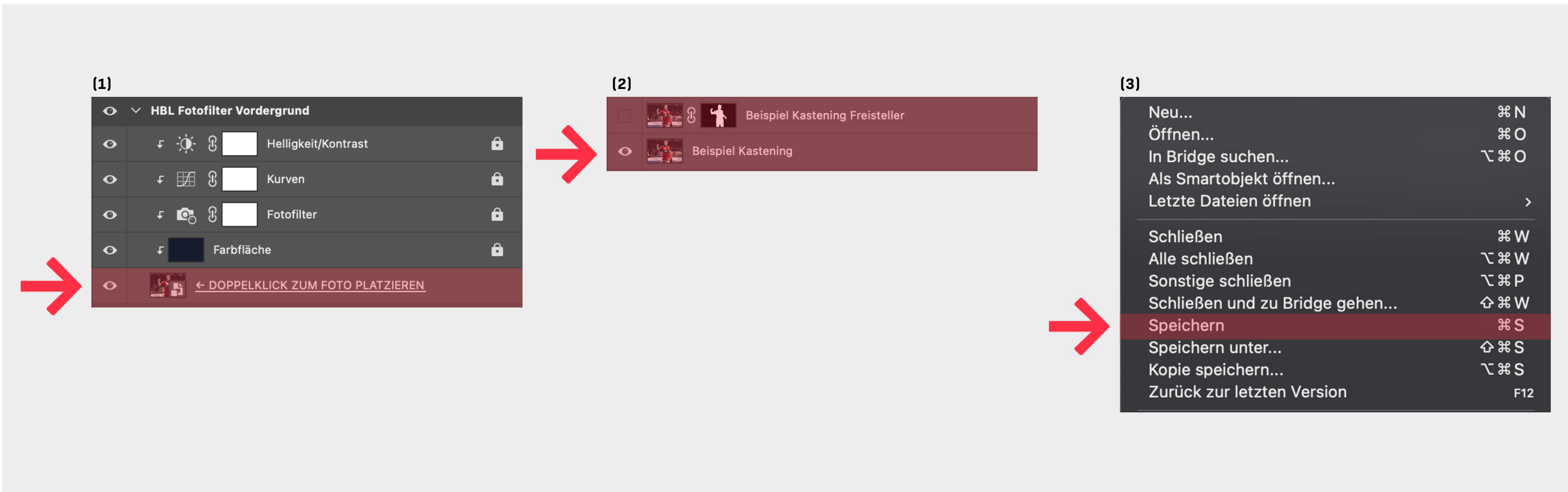
Sollte die in der Template-Datei angelegte Auflösung nicht ausreichen, kann diese in der Photoshop-Datei den Anforderungen entsprechend angepasst werden. Eine anschließende Anpassung der Filter-Ebenen ist nicht notwendig.



ANWENDUNG FOTOFILTER VORDERGRUND

- (1) Doppelklick auf das Symbol der Foto-Ebene (Smart Objekt) in der PSD-Datei
- (2) Foto oder Freisteller im Smart Objekt platzieren
- (3) Smart-Objekt speichern und schließen

Sollte die in der Template-Datei angelegte Auflösung nicht ausreichen, kann diese in der Photoshop-Datei den Anforderungen entsprechend angepasst werden. Eine anschließende Anpassung der Filter-Ebenen ist nicht notwendig.



ANWENDUNGEN

SCHREIBWEISEN	32
FARBGEBUNG VON TEXTELEMENTEN	33
TEXT-/BILDKOMBINATION	33
TABELLENDARSTELLUNG	34
ANWENDUNGSBEISPIELE	35

ANWENDUNGEN

SCHREIBWEISEN

Opel HBL

HBL wird immer in Großbuchstaben geschrieben. Opel in Groß-/Kleinschreibung.

Die offizielle Bezeichnung lautet Opel HBL. Nur in Ausnahmefällen wird Opel Handball-Bundesliga verwendet.

Handball-Bundesliga wird immer mit einem Bindestrich geschrieben.

2. HBL

Bei der Schreibweise der 2. HBL ist zu beachten, dass die Zwei als Ziffer und beide Namensbestandteile immer voneinander getrennt geschrieben werden. HBL wird immer in Großbuchstaben geschrieben. Nur in Ausnahmefällen wird 2. Handball-Bundesliga verwendet.

Lidl Final4

Bei der Schreibweise des Lidl Final4 ist zu beachten, dass die Vier nur als Ziffer geschrieben wird. Außerdem ist auf die Zusammenschreibung von Final4 zu achten. Die Schreibweise der Veranstaltungen in Pressetexten und auf Medien ist immer in einzelnen Worten und ohne Bindestrich (analog zum Veranstaltungslogo) zu verwenden:

Lidl Final4.

All Star Game

Die Schreibweise der Veranstaltungen in Pressetexten und auf Medien ist immer in einzelnen Worten und ohne Bindestrich (analog zum Veranstaltungslogo) zu verwenden: All Star Game.

DHB-Pokal

Die Schreibweise der Veranstaltungen in Pressetexten und auf Medien ist immer in einzelnen Worten und mit Bindestrich (analog zum Eventlogo) zu verwenden: DHB-Pokal.

Rexel Super Cup

Die Schreibweise der Veranstaltungen in Pressetexten und auf Medien ist immer in einzelnen Worten und ohne Bindestrich (analog zum Eventlogo) zu verwenden: Rexel Super Cup.

ANWENDUNGEN

FARBGEBUNG VON TEXTELEMENTEN

Für die primären Informationen sollte bei der Farbgebung von Texten darauf geachtet werden, dass der Hintergrund eines Textes die Farbe NACHT BLAU oder PRIME BLAU und die darüber liegenden Texte in der Kontrastfarbe des jeweiligen Wettbewerbs und WEISS gesetzt werden.

Zur Schaffung einer Informationshierarchie sind – innerhalb der Basis-Farbpalette – auch andere Farbkombinationen möglich. Diese sollten jedoch immer nur als Ergänzung eingesetzt werden. (1)(4)

TEXT-/BILDKOMBINATION

Für den Einsatz von Texten auf Fotos gibt es verschiedene Möglichkeiten:

(1) Die Überlagerung des Fotos mit einem Text(-block) wird im Hintergrund mit einem weichen Verlauf der Farbe NACHT BLAU von 100 % auf 0 % Transparenz abgeschwächt.

(2) Es wird eine Textbox verwendet, um die Lesbarkeit des Textes auf einem Foto zu gewährleisten. Die Größe der Textbox wird individuell nach gestalterischem Ermessen gewählt – je nach Schriftgröße, Anzahl der Zeilen und Priorität der abgebildeten Information.

(3) Eine Kombination aus den beiden o.g. Varianten ist auch möglich.



(1)



(2)



(3)



(4)

ANWENDUNGEN

TABELLENDARSTELLUNG

Für die Darstellung von Liga-Tabellen gibt es anhand der für das HBL-Branding definierten Schriften und Farben verschiedene Möglichkeiten. Schriften und Farben sollten immer mit der Intention eingesetzt werden, eine gute Lesbarkeit und Informationshierarchie zu unterstützen. Insbesondere wenn es viele Informationen abzubilden gilt, spielt die visuelle Differenzierung dieser eine wichtige Rolle, um die Lesbarkeit zu unterstützen.

Je nach Medium und Endformat, in dem die Tabelle eingesetzt wird, könnte sich die Darstellung von der nebenstehenden, exemplarischen Version unterscheiden.

● SCHRIFTEN

● FARBEN

HEADLINE :
THUNDER BOLD LC

SUBHEADLINE :
THUNDER MEDIUM LC

PLATZIERUNG & TEAMNAMEN :
SOFIA SANS BOLD

TABELLE

OPHEL HBL

PRÄSENTIERT VON OPEL

		SPIELE	DIFF.	PUNKTE
1.	SC MAGDEBURG	28	+165	50:6
2.	FÜCHSE BERLIN	30	+102	50:10
3.	SG FLENSBURG-HANDEWITT	29	+104	44:14
4.	THW KIEL	28	+101	40:16
5.	MT MELSUNGEN	30	+30	35:23
6.	VFL GUMMERSBACH	29	+20	34:26
7.	TSV HANNOVER-BURGDORF	30	+3	27:31
8.	BERGISCHER HC	29	+8	26:32
9.	HANDBALL CLUB HAMBURG	29	-40	26:32
10.	TBV LEMGO LIPPE	30	-2	25:35
11.	RHEIN-NECKAR LÖWEN	29	-40	24:34
12.	FRISCH AUF! GÖPPINGEN	30	-35	23:37
13.	HSG WETZLAR	30	-72	23:37
14.	TVB STUTTGART	30	-46	22:38
15.	THSV EISENACH	30	-67	20:40
16.	HC ERLANGEN	30	-65	19:41
17.	HBW BALINGEN-WEILSTETTEN	30	-71	17:43
18.	SG BBM BIETIGHEIM	29	-95	11:47

STAND: 01.07.2026

THUNDER MEDIUM LC

NACHT BLAU

PITCH BLAU

DATEN:
SOFIA SANS REGULAR

WEISS

LICHT GRAU

NACHT BLAU

ANWENDUNGEN

ANWENDUNGSBEISPIELE





**TOP
TORSCHÜTZEN**
IN DER HBL-SAISON 25/26

	M. GIDSEL	257
	O. MAGNUSSON	255
	E. ELLEFSEN Á SKIPAGÖTU	205
	C. MORTENSEN	203
	L. ANDERSSON	203





**DIE MANNSCHAFT
DES 32. SPIELTAGS**





97
HPI (%)

ELIAS ELLEFSEN Á SKIPAGÖTU
VS. TBV LEMGO LIPPE

12
TORE

5
ASSISTS

RÜCKRAUM MITTE

ANWENDUNGEN



ANWENDUNGEN





HEADLINE

LOREM IPSUM DOLOR SIT
AMET, CONSETETUR

[OPEL-HBL.DE](https://www.opel-hbl.de)





HEADLINE

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
CONSETETUR SADIPSCING ELITR,
SED DIAM NONUMY

[OPEL-HBL.DE](https://www.opel-hbl.de)







HEADLINE

LOREM IPSUM DOLOR SIT
AMET, CONSETETUR

[OPEL-HBL.DE](https://www.opel-hbl.de)



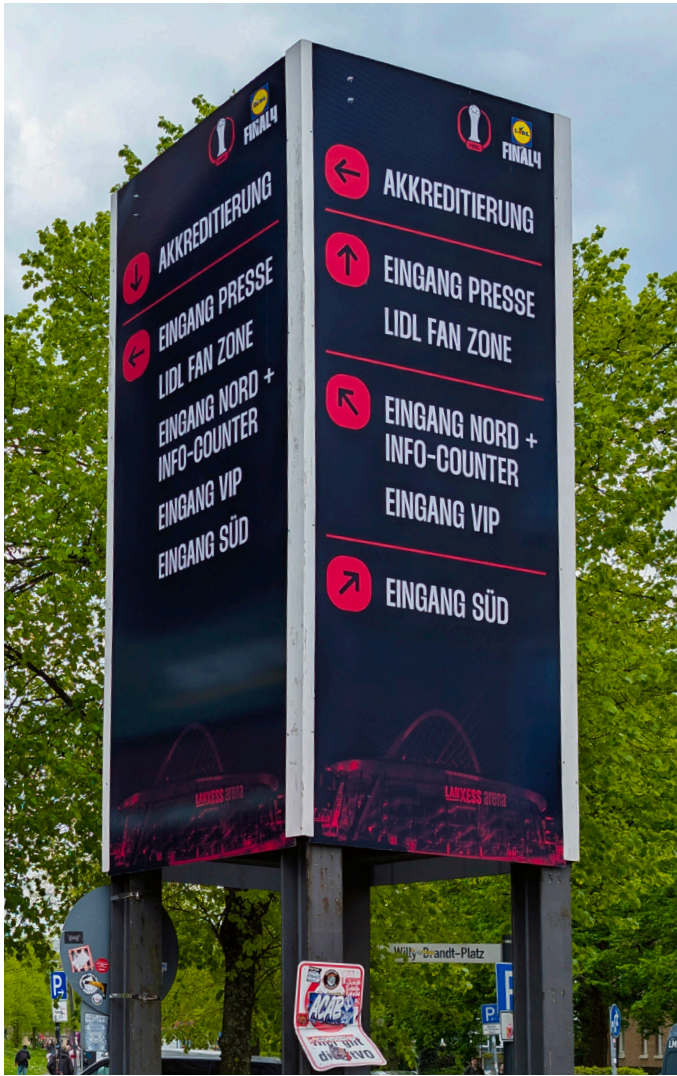
DIE STÄRKSTE LIGA DER WELT.

[OPEL-HBL.DE](https://www.opel-hbl.de)

ANWENDUNGEN



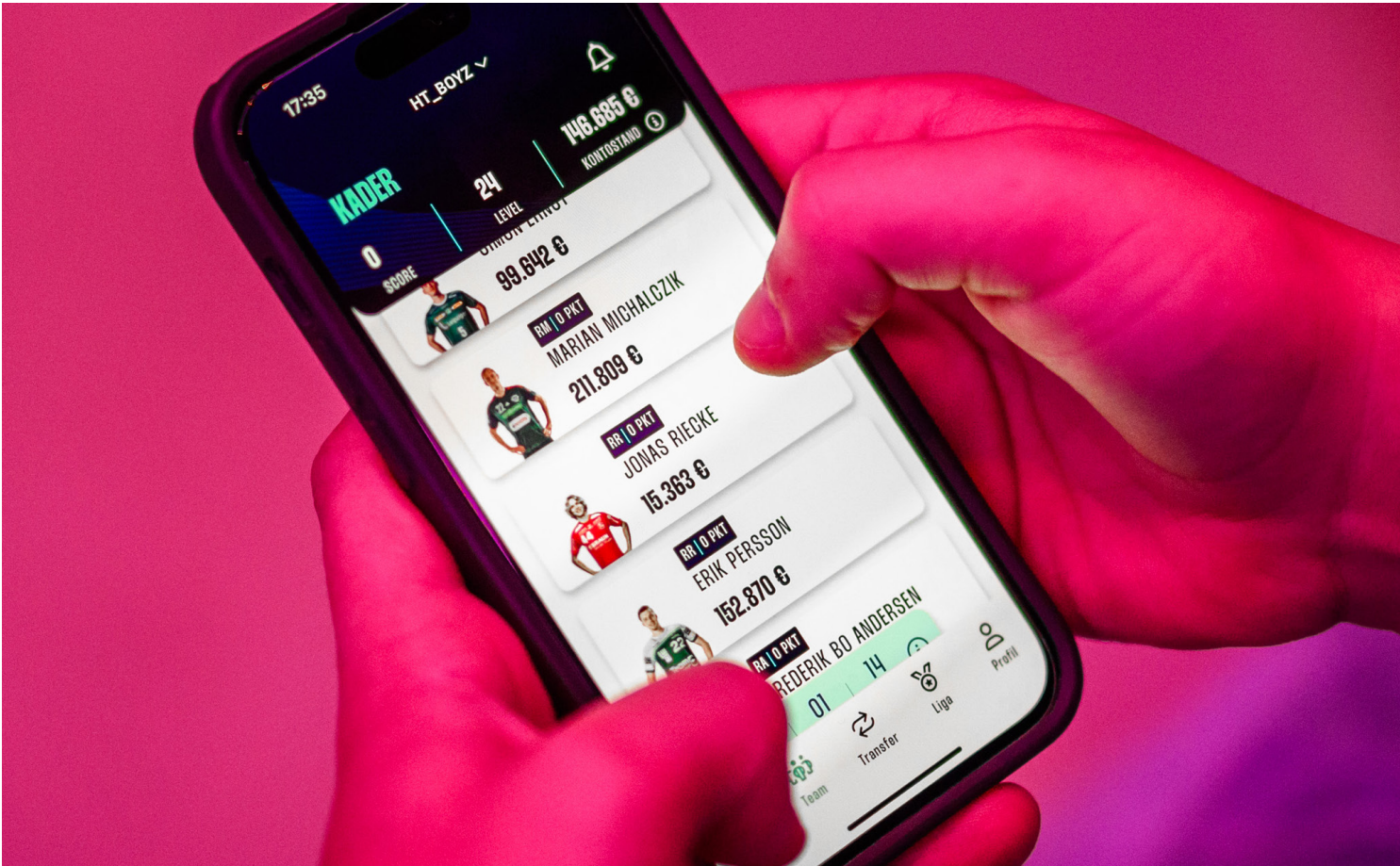
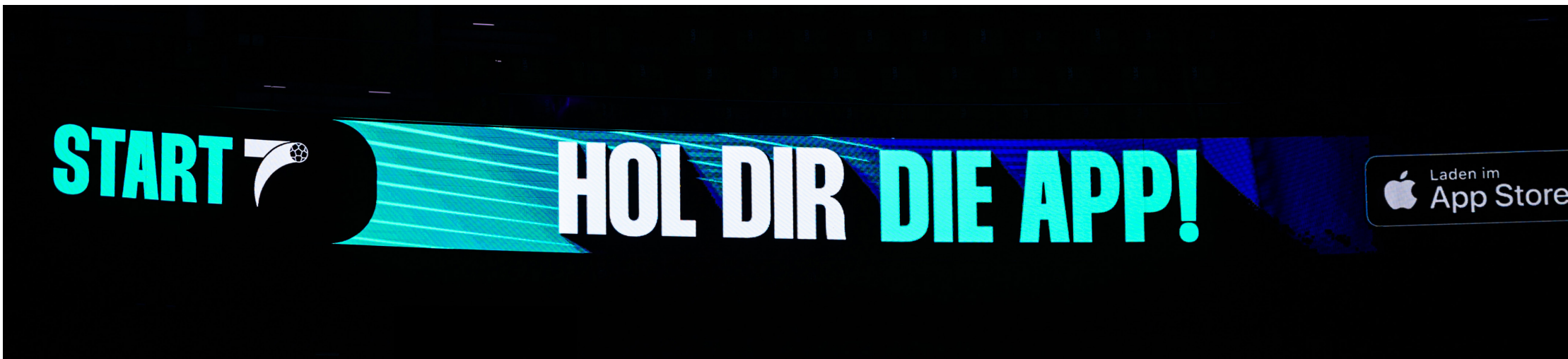
ANWENDUNGEN



ANWENDUNGEN



ANWENDUNGEN





ANSPRECHPARTNER

Jan Przemus
Geschäftsleitung Marketing

T +49 2203 989 67 16
M +49 151 11671710

przemus@handball-bundesliga.de
www.opel-hbl.de

Handball-Bundesliga GmbH
Edmund-Rumpler-Straße 4
51149 Köln

STAND: 18.08.2026