

CORPORATE DESIGN HANDBUCH

**Richtlinien für den grafischen Auftritt
des Statistischen Bundesamtes**

Glossar

Logo, Schrift, Farben

Geschäftsausstattung

Publikationen

PowerPoint-Präsentationen

Fragebogen

Internet

Referenz-Farbkarten

2001

Herausgeber: Statistisches Bundesamt

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter!

Das Statistische Bundesamt erhebt seit seiner Gründung im Jahre 1950 Daten über Wirtschaft und Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sind Grundlage für Entscheidungen in Politik und Wirtschaft. Im Zeitalter der Informationstechnologie gewinnt die Arbeit des Statistischen Bundesamtes weiter an Bedeutung: Informationen müssen schnell und präzise verfügbar sein, ob nun via Internet oder in gedruckter Form.

Sie, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Statistischen Bundesamtes verhalten sich dementsprechend:

Tag für Tag schärfen Sie durch Ihre Arbeit das Profil des modernen Informationsdienstleisters, weit entfernt von dem, was landläufig unter einem „Amt“ verstanden wird.

Diesem Profil soll der Auftritt des Statistischen Bundesamtes in der Öffentlichkeit angepasst werden. Ein einheitliches Erscheinungsbild gegenüber Kunden und Öffentlichkeit ist dafür unerlässlich. Das in den letzten Monaten erarbeitete und hiermit herausgegebene neue Corporate Design erreicht dies durch eine kurze, einprägsame Wort-Bild-Marke, die künftig für einen klaren optischen Auftritt sorgt.

Diese Wort-Bild-Marke verbindet mit einer überzeugenden grafischen Idee drei Grundgedanken:

- Destatis ist ab sofort der verbindliche Kurzname des Statistischen Bundesamtes. Er ist international verwendbar, lässt kaum Aussprachevarianten zu und ist im Internet voll verwendbar.
- Die neue Abkürzung unserer Bezeichnung betont die Dienstleistungsfunktion des Amtes. Destatis ist kein Kunstwort, sondern es fasst unsere Aufgabe, amtliche Statistiken über die Bundesrepublik Deutschland zu erstellen und zu verbreiten, mit den Silben De (aus „deutsch“) und Statis (aus „Statistik“) in einer gut sprechbaren Kurzbezeichnung zusammen.
- Das neue Logo verbindet die Kurzbezeichnung Destatis mit der Aussage „wissen. nutzen.“. Damit werden zwei zentrale Aspekte unserer Dienstleistungen aufgegriffen, indem bei jeder Verwendung dieser Wort-Bild-Marke auf die Bedeutung von Destatis für die Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland hingewiesen wird.

Die im Corporate Design Handbuch zusammengestellten Raster sind Richtlinien für die künftige Gestaltung sämtlicher Publikationen von Destatis. Sie legen den Seitenaufbau fest und geben vor, welche Schriften wo zu verwenden sind und wie

Abbildungen eingesetzt werden.

So wird gewährleistet, dass Informationen von Destatis, gleich welche Kommunikationsart Sie nutzen, stets auf einen Blick als solche zu erkennen sind.

Das vorliegende Handbuch ist also gewissermaßen die Bedienungsanleitung für den Auftritt von Destatis in der Öffentlichkeit. Schrittweise werden Logo, Schriften, Farben und Raster erläutert. Die beiliegende CD-ROM zeigt alle notwendigen Dateien und Raster in Originalgröße.

Das Corporate Design Handbuch ist für jede Publikation des Statistischen Bundesamtes verbindlich. Bitte setzen Sie durch konsequente Umsetzung dieses Corporate Designs Kompetenz und Professionalität, mit der das Statistische Bundesamt seit langem arbeitet, visuell um. So wird unser Haus seine Position als kompetenter Anbieter von Informationen auf dem Markt festigen und weiter ausbauen.

Uns allen wünsche ich viel Erfolg mit dem neuen Corporate Design.

Wiesbaden/Bonn
im November 2001

Johann Hahlen
(Präsident)

Glossar	4
Logo	
Einführung	5
Proportionen	6
Positionierung	7
Varianten	10
Schriften	
Schmuckschrift	11
Standardschrift	12
Internet	16
Farben	
Primärfarben	20
Sekundärfarben	21
Geschäftsausstattung	
Brief	24
Visitenkarte	28
Fax	29
Pressemitteilung	32
Zahl der Woche	38
Publikationen	
Ausgangsraster A4 hoch	40
Titelraster A4 hoch/Abformate	41
Rückseitenraster A4 hoch/Abformate ..	49
Rückenraster A4 hoch	51
Innenraster A4 hoch/Abformate	53
Innenraster A4 hoch – Mehrseitige Innenseiten	60
Ausgangs-/Titelraster A4 quer	62
Abformate A4 quer	64
Rücken-/Rückseitenraster A4 quer	64
PowerPoint-Präsentationen	
Ausgangsraster	67
Schriften	68
Farben	68
Titelraster (Titelmaster)	69
Folienraster (Folienmaster)	71
Fragebogen	
Ausgangsraster	73
Grundraster	74
Fragebogenkopf	75
Elemente	76
Beispiele	77
Mantelbogen	80
Internet	
Referenz-Farbkarten	

Schrift**Aufstrichstärke:**

Die Stärke des Aufstrichs der Buchstaben einer Schrift, d.h. die Dicke des senkrecht stehenden Teils eines Buchstabens (z.B. bei den Versalien B, T, I, E).

Schriftschnitt:

Eine Schriftart wird in der Regel vom Hersteller in verschiedenen Schriftschnitten angeboten: Meta LF Roman z.B. in den Schriftschnitten Normal, Italic, Medium und Medium Italic. Obwohl Textverarbeitungsprogramme z.B. „Fett“ und „Kursiv“ zur Auszeichnung anbieten, ist stets der echte Schriftschnitt Medium bzw. Italic zu verwenden, da diese eigens für die jeweilige Schriftart entwickelt worden sind und nur diese ästhetisch ausgeglichen sind.

Versalhöhe (VH):

Höhe der Großbuchstaben einer Schrift, die keine Rundung aufweisen. Zur Messung sollte man z.B. die Versalien H, T oder I heranziehen. Runde Buchstaben wie S oder G sind optisch ausgeglichen und daher etwas höher.

Zeilenabstand (ZAB):

Abstand zwischen der Grundlinie einer Zeile und der Grundlinie der nächsten Zeile, also die Summe der Versalhöhe der Schrift und des freibleibenden Raums zwischen den Zeilen (Durchschuss).

Headline:

Überschrift, Titel

Subline:

Textzeile unter der Headline

Copy:

Der normale Text, Fließtext, Mengentext

Papier**gestrichenes Papier (coated):**

behandeltes, geglättetes Papier. Wird für hochwertige Druckerzeugnisse verwendet. Die Farbe haftet auf der Papieroberseite (die Farbe ist daher dunkler als bei uncoated Papier).

satiniertes Papier:

leicht geglättetes Papier. Nimmt eigentlich eine Position zwischen gestrichenem und ungestrichenem Papier ein. Von seinen Druckeigenschaften her wird es aber wie gestrichenes Papier (coated) behandelt.

ungestrichenes Papier (uncoated):

unbehandeltes, raues Papier, z.B. Zeitungspapier oder normales Kopierpapier. Die Farbe kann in das Papier eindringen und das Papier evtl. sogar durchdringen, deshalb ist der Farbton etwas heller gewählt.

Farben**Prozessfarbe:**

Eine der vier Farben des CMYK-Druckverfahrens (auch 4c Euro-Verfahren). Mit den Prozessfarben Cyan (Blau), Magenta (Pink), Yellow (Gelb) und Tiefe (Schwarz) lassen sich durch Rasterpunkte alle Farbwerte erzeugen.

Sonderfarbe (Pantone oder HKS):

Farbe, die zusätzlich zu den Prozessfarben eingesetzt wird, die also nicht durch Rasterpunkte erzeugt wurde. Gerade für den Fall, dass eine Farbe für das Corporate Design eines Unternehmens zentrale Bedeutung hat, empfiehlt es sich, diese Farbe als Sonderfarbe zu drucken. Der Farbeindruck ist so immer identisch.

Tiefe:

Im CMYK-Druckverfahren ist Tiefe die Prozessfarbe Schwarz. Da das Schwarz für den Kontrast, besonders in Abbildungen, nötig ist und Räumlichkeit schafft, spricht man auch von Tiefe.

Strich:

Die Farbe wird flächig aufgedruckt, im Gegensatz zum Raster also ohne Rasterpunkte.

Raster

Die Farbe wird nicht als Fläche aufgetragen, sondern setzt sie sich aus Rasterpunkten zusammen. Die Menge der Rasterpunkte pro Fläche bestimmt die Schärfe des Gedruckten, die Größe der Rasterpunkte innerhalb des Rasters bestimmt die Helligkeit der Farbe. Beim Druck eines Schwarzweiß-Fotos werden ausschließlich schwarze Rasterpunkte, beim Druck eines Farbfotos im CMYK-Modus Rasterpunkte der 4 Prozessfarben verwendet. Der Farbeindruck entsteht im Auge des Betrachters, abhängig von seinem Standort (vgl. TV-Bildschirm).

60er Raster:

feines Raster, Standard für gestrichene Papiere. Die Rasterpunkte sind kaum zu erkennen. Auf der Diagonalen eines Quadratzentimeters (1,41 cm) liegen 60 Rasterpunkte.

28er Raster:

relativ grobes Raster, Standard im Zeitungsdruck. Die Rasterpunkte sind mit bloßem Auge zu erkennen. Auf der Diagonalen eines Quadratzentimeters (1,41 cm) liegen 28 Rasterpunkte.

DESTATIS

wissen. nutzen.

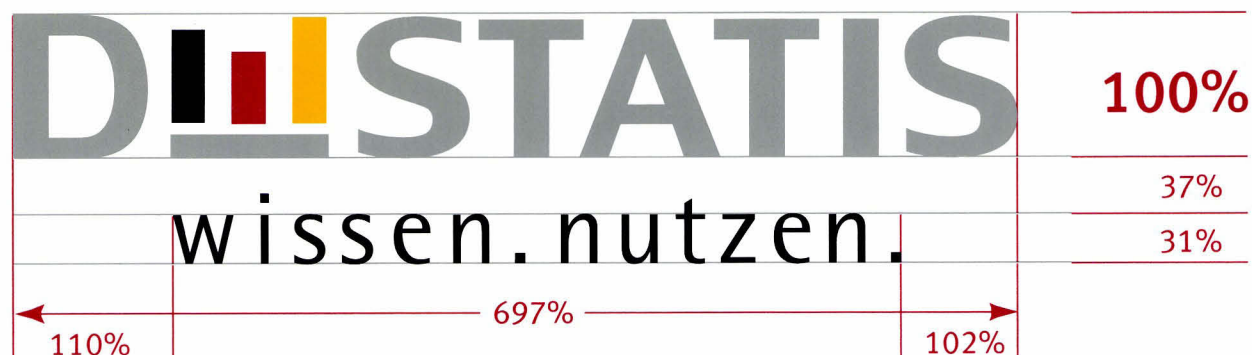
Destatis ist das inhaltliche Kernstück des neuen Corporate Designs. Destatis ist kein Kunstwort, sondern es fasst unsere Aufgabe, amtliche Statistiken über die Bundesrepublik Deutschland zu erstellen und zu verbreiten, mit den Silben De (aus „deutsch“) und Statis (aus „Statistik“) in einer gut sprechbaren Kurzbezeichnung zusammen. Destatis tritt als verbindlicher Kurzname des Statistischen Bundesamtes an die Stelle aller bisher üblichen Kurznamen, wie z.B. StBA, StaBu oder StaBua. Der Kurzname Destatis wird nach Möglichkeit ohne Artikel verwendet.

Falls die Kennzeichnung des grammatischen Geschlechts unvermeidlich ist, so gilt: Destatis ist sächlich (vgl. das Statistische Bundesamt).

Destatis wird in Texten grundsätzlich in gemischter Schreibweise gesetzt.

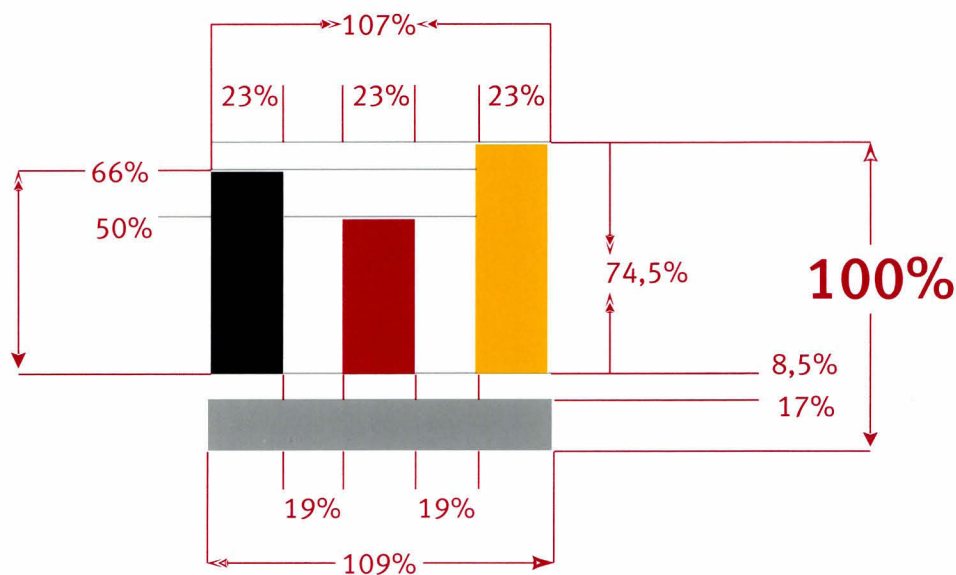
Das neue Logo ist das visuelle Kernstück des neuen Corporate Designs. Neben seiner Funktion als Wort-Bild-Marke bildet es die Klammer für sämtliche Veröffentlichungen von Destatis und für den kompletten visuellen Auftritt. Die Idee des Logos ist das gekippte „E“, welches ein Säulen-

diagramm in den Nationalfarben wiedergibt und somit auf das Hauptgeschäftsfeld von Destatis, die Erhebung und Auswertung von Daten, und dessen Relevanz für die Bundesrepublik Deutschland verweist. Die Wort-Bild-Marke entstammt ursprünglich der Schrift Rotis Semi Sans. Der Schriftzug Destatis und der Slogan „wissen. nutzen.“ bilden eine untrennbare Einheit und werden nur gemeinsam eingesetzt! Lediglich das Bildelement (gekippertes „E“) darf zu Gestaltungszwecken gesondert eingesetzt werden.



Die Proportionen und die Vermaßung der einzelnen Logo-Bestandteile sind unveränderbar und strikt definiert. Alle Prozentangaben beziehen sich auf die Versalhe des Destatis-Schriftzugs (= 100%).

DESTATIS Absolutes Mindestmaß des Logos:
wissen.nutzen. He 5,5 mm!



Das Bildelement des Logos. Alle Prozentangaben beziehen sich auf die He des Bildelements (= 100%).

Definition des Mindestweißraums und der Position



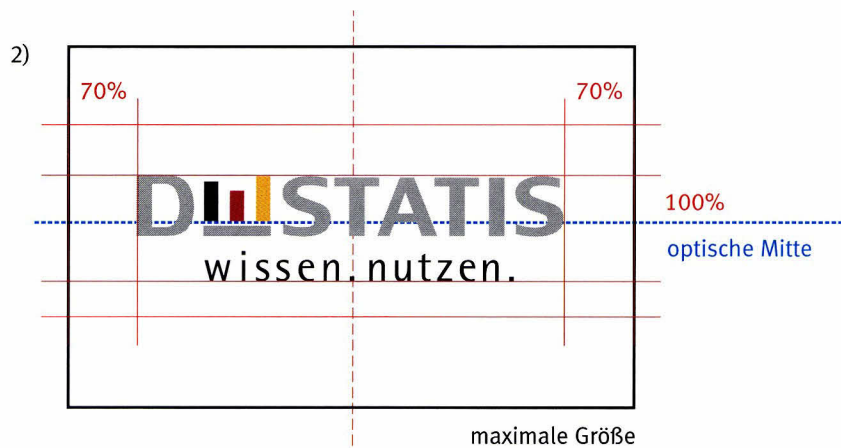
- 1) Das Logo steht immer auf Weiß.
Der Mindestweißraum ist nebenstehend definiert.

Das Logo kann entweder, wie im Folgenden aufgeführt, frei in der Fläche stehen, oder im definierten Weißraum des Rasters.

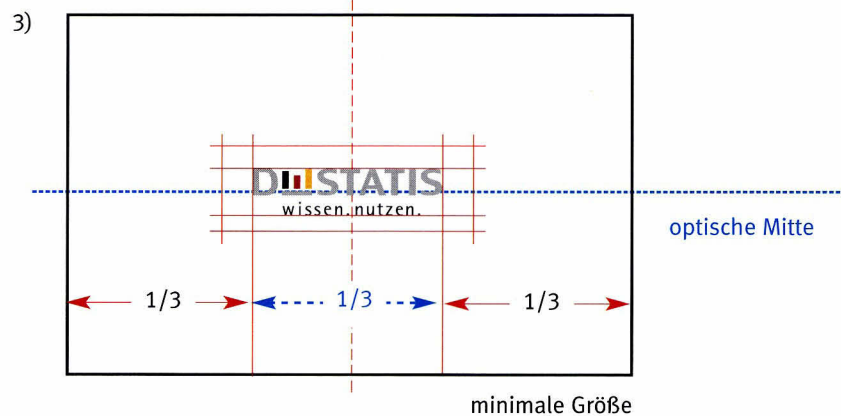
Steht das Logo frei im Raum, muss es grundsätzlich eindeutig oben rechts, unten rechts oder mittig positioniert werden.

In keinem Fall darf das Logo gedreht oder gestürzt bzw. links positioniert werden!

Positionierung mittig



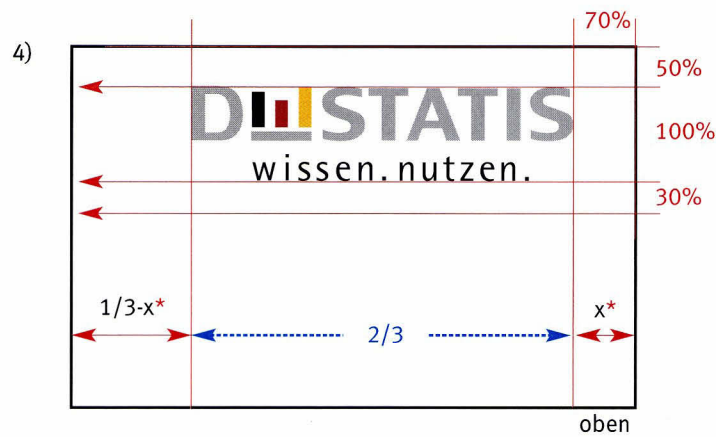
- 2) Für die mittige Positionierung wird die **maximale Größe** des Logos durch seinen Mindestweißraum definiert.



- 3) **Minimale Größe:** Die Breite des Logos muss mindestens $\frac{1}{3}$ der Gesamtbreite des Formats entsprechen.

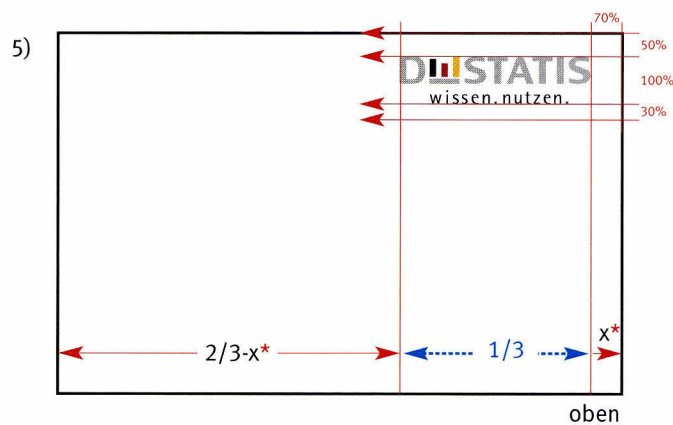
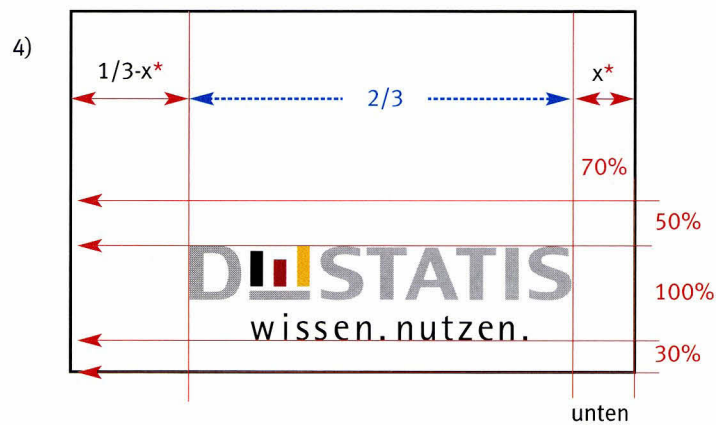
In beiden Fällen muss das Logo in der Höhe optisch mittig positioniert werden.

Positionierung rechtsbündig (Abb. mit Mindestabstand)



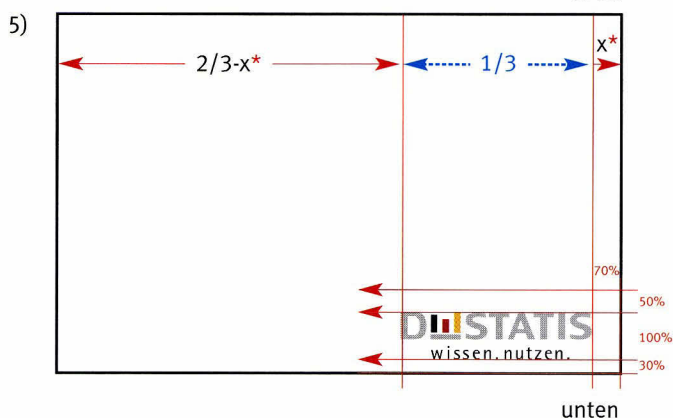
4) **Maximale Größe:** Die Breite des Logos darf maximal $2/3$ der Gesamtbreite des Formats entsprechen.

* x entspricht mindestens 70% der Logohöhe

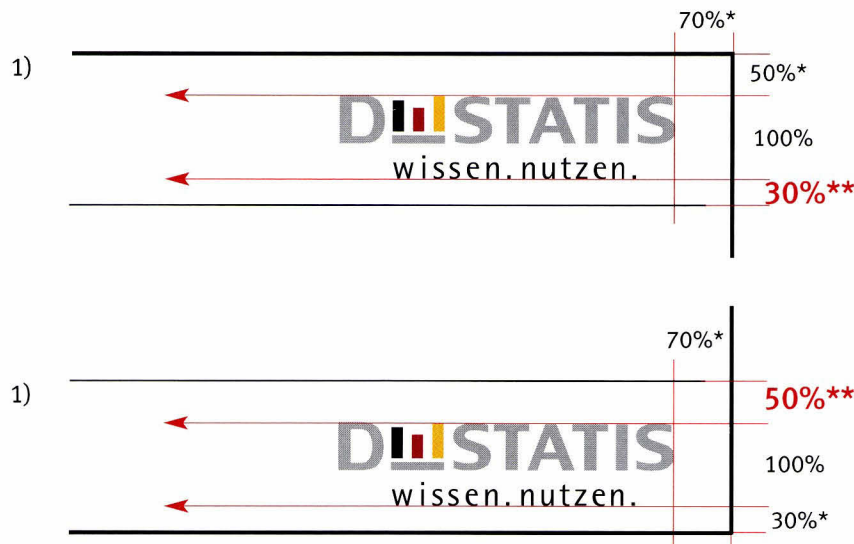


5) **Minimale Größe:** Die Breite des Logos muss mindestens $1/3$ der Gesamtbreite des Formats entsprechen.

* x entspricht mindestens 70% der Logohöhe



Logo mit Trennlinie



Größe, Proportion und Positionierung des Logos bei der rasterbasierten Gestaltung ergeben sich aus den Raumdefinitionen des Rasters. Auch hierbei gilt: Das Logo kann entweder rechts oben oder rechts unten stehen, oder mittig, jedoch niemals links!

Der Abstand des Logos zur Linie oder Fläche ist hierbei fest definiert, der zum Formatende ist als Mindestabstand definiert.

An das Logo anschließen kann:

- 1) eine trennende Linie, z.B. für Geschäftsausstattung und Publikationen, in denen keine Grau-/Farbwerte dargestellt werden können (wie z.B. Fax, siehe Seite 29), oder kein Anschnitt möglich ist.

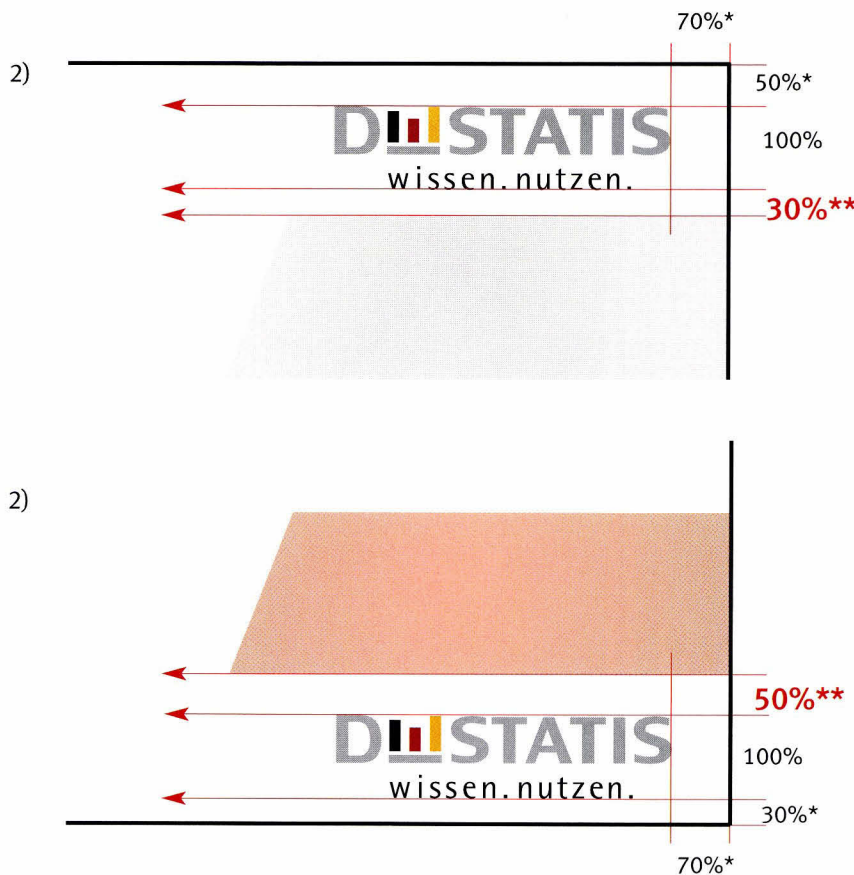
Die Linienstärke ergibt sich hierbei aus dem Logo (= Aufstrichstärke des Slogans) – jedoch mindestens 0,3 Punkt.

Die Linienlänge ergibt sich aus dem Raster. Die Linie endet jedoch spätestens 3 mm vor dem Beschnitt. (siehe auch Seite 31)

oder:

- 2) eine Grau-/Farbfläche. Dabei muss die Grau-/Farbfläche immer im Beschnitt enden! (siehe Beispiele Seite 45)

Logo mit Fläche



** = fester Abstand
* = Mindestabstand



CMYK (60er).eps

4 Prozessfarben, gerastert



grau (60er).eps

1-farbig, gerastert, Offset



grau (28er).eps

1-farbig, gerastert, Tageszeitungen



4 P_U (Strich).eps

3 Sonderfarben + Tiefe, rein Strich, ungestrichene Papiere



4 P_C (Strich).eps

3 Sonderfarben + Tiefe, rein Strich, gestrichene Papiere



3 P_U (60er).eps

2 Sonderfarben + Tiefe, gerastert, ungestrichene Papiere



3 P_C (60er).eps

2 Sonderfarben + Tiefe, gerastert, gestrichene Papiere



3 P_U (Strich).eps

2 Sonderfarben + Tiefe, rein Strich, ungestrichene Papiere



3 P_C (Strich).eps

2 Sonderfarben + Tiefe, rein Strich, gestrichene Papiere



1c (Strich).eps

1-farbig, rein Strich



RGB.eps

3-farbig, digital

Je nach Verwendungszweck gibt es verschiedene Logo-Varianten, die jeweils anderen (druck-)technischen Gegebenheiten angepasst sind.

Sämtliche Logos finden Sie auf beiliegender CD-ROM, mit und ohne Mindestweißraum!

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

1234567890

ROTIS SEMI SANS EXTRA BOLD - ADOBE

THE QUICK BROWN
FOX JUMPS OVER
THE LAZY DOG

Headlines

Verwendung: Diese Schrift wird nur als Headlineschrift auf Titelseiten, Plakaten, Anzeigen oder auf übergeordneten Seiten im Internet verwendet – immer versal und immer leicht gesperrt.

Größe: Die Punktgröße ergibt sich bei der rasterbasierten Gestaltung aus dem Raster. In anderen Fällen beträgt das Verhältnis Headline/Copy 3:1.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Meta Normal LF Roman - Spiekermann

the quick brown fox
jumps over the lazy
dog

Fließtexte

Verwendung: Diese Schrift wird bei allen Fließtexten verwendet (immer in gemischter Schreibweise).

Größe: Die Punktgröße ergibt sich bei der rasterbasierten Gestaltung aus dem Raster.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Meta Medium LF Roman - Spiekermann

the quick brown fox
jumps over the lazy
dog

Sublines und Auszeichnungen

Verwendung: Dieser Schriftschnitt ist für Sublines verbindlich und kann gegebenenfalls (alternativ zur Meta Normal LF Italic) auch als Auszeichnungsschrift innerhalb des Fließtextes Einsatz finden.

Größe: Bei der Verwendung als Sublineschrift ergibt sich die Punktgröße aus dem Raster bzw. aus dem Verhältnis Subline-Copy 1,5:1. Bei der Verwendung als Auszeichnungsschrift entspricht die Punktgröße der des übrigen Copy-Textes.

*ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ*

1234567890

Meta Normal LF Italic - Spiekermann

*the quick brown fox
jumps over the lazy
dog*

Alternativschnitt für Auszeichnungen

Verwendung: Dieser Schriftschnitt wird für Auszeichnungen innerhalb des Fließtextes verwendet und wird daher ebenfalls immer in gemischter Schreibweise gesetzt. (Für Auszeichnungen ebenfalls zulässig: siehe Folgeseite).

Größe: Die Punktgröße bei Auszeichnungen entspricht der der restlichen Copy.

***ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ***

1234567890

Meta Medium LF Italic - Spiekermann

***the quick brown fox
jumps over the lazy
dog***

Auszeichnungen in der Subline

Verwendung: Dieser Schriftschnitt wird zur Auszeichnung einzelner Passagen in Sublines verwendet.

Größe: Die Punktgröße entspricht der Punktgröße der restlichen Subline.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Arial MT light - Adobe

the quick brown fox
jumps over the lazy
dog

Fließtexte

Verwendung: Diese Schrift gilt für den Satz von Fließtexten im Internet. Sie findet immer in gemischter Schreibweise Einsatz.

Größe: Die Punktgröße ergibt sich aus den Gegebenheiten des Internets.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Arial MT Medium - Adobe

the quick brown fox
jumps over the lazy
dog

Sublines und Auszeichnungen

Verwendung: Dieser Schriftschnitt ist für Sublines verbindlich und kann gegebenenfalls auch als Auszeichnungsschrift innerhalb des Fließtextes Einsatz finden.

Größe: Bei der Verwendung dieser Schrift als Sublineschrift ergibt sich die Punktgröße aus dem Verhältnis Subline-Copy 1,5:1. Beim Einsatz als Auszeichnungsschrift entspricht die Punktgröße der der restlichen Copy.

*ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ*

1234567890

Arial MT light italic - Adobe

*the quick brown fox
jumps over the lazy
dog*

Alternativschnitt für
Auszeichnungen

Verwendung: Dieser Schriftschnitt wird für Auszeichnungen innerhalb der Internet-Copy verwendet und wird daher ebenfalls immer in gemischter Schreibweise gesetzt.

Größe: Die Punktgröße entspricht bei Auszeichnungen der Punktgröße der übrigen Copy.

***ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ***

1234567890

Arial MT Medium italic - Adobe

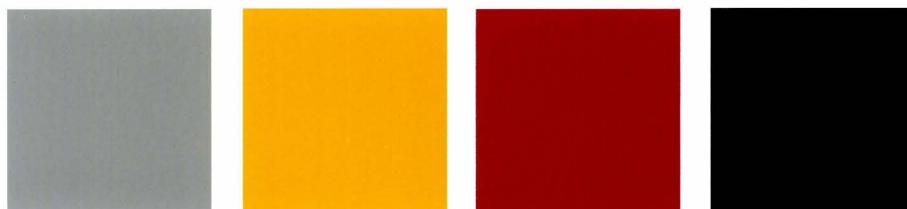
***the quick brown fox
jumps over the lazy
dog***

Auszeichnungen in der Subline

Verwendung: Dieser Schriftschnitt wird zur Auszeichnung einzelner Passagen in Sublines verwendet.

Größe: Die Punktgröße entspricht der Größe der übrigen Subline.

Logo



Die Primärfarben ergeben sich aus den Farben des Logos. Sie sind entsprechend der jeweiligen Farbsysteme genau definiert und für den Einsatz im Logo unveränderbar.

Pantone C: 429
Pantone U: 428

Euro: 40 % Schwarz

RGB: 153/153/153

Hexadezimal:
99/99/99

RAL: 7040

Pantone C: 123
Pantone U: 115

Euro: 0/25/100/0

RGB: 255/204/0

Hexadezimal:
FF/CC/00

RAL: 1003

Pantone C: 1797
Pantone U: 1797

Euro: 15/100/80/0

RGB: 204/0/51

Hexadezimal:
CC/00/33

RAL: 3000

Pantone C: Process Black
Pantone U: Process Black

Euro: 100 % Schwarz

RGB: 0/0/0

Hexadezimal:
00/00/00

RAL: 9005

Hintergrund



Für Publikationen, die Destatis per se betreffen, also z.B. Statistisches Jahrbuch, Zahlenkompass, div. Imagebroschüren, Arbeitsgebiet der Bundesstatistik oder Gesamtkatalog, darf ausschließlich nebenstehender Farbwert zur Hintergrundgestaltung eingesetzt werden. Für alle anderen Publikationen ist die Farbe Grau als Hintergrundfarbe tabu!

Pantone C: 427
Pantone U: Cool Gray 2U

Euro: 13 % Schwarz

RGB: 204/204/204

Hexadezimal:
CC/CC/CC

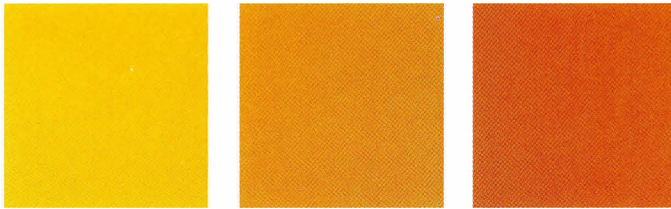
RAL: 7035

Hinweis:

Sind die Primärfarben in einem nicht hier angegebenen Farbsystem zu bestimmen, so gilt der Pantone C-Wert der jeweiligen Primärfarbe als zu erreichende Referenz.

Die hier und auf den Folgeseiten abgedruckten Farbbeispiele sind nicht farbverbindlich. Verbindliche Farbtafeln finden Sie im Anhang.

Gelb



Pantone C: 116
Pantone U: 108

Euro: 0/15/100/0

RGB: 255/204/51

Hexadezimal:
FF/CC/33

RAL: 1018

Pantone C: 1235
Pantone U: 116

Euro: 0/35/100/0

RGB: 255/153/0

Hexadezimal:
FF/99/00

RAL: 1028

Pantone C: 1375
Pantone U: 130

Euro: 0/55/100/0

RGB: 255/102/0

Hexadezimal:
FF/66/00

RAL: 2000

Rot



Pantone C: 171
Pantone U: 1655

Euro: 0/80/70/0

RGB: 255/93/68

Hexadezimal:
FF/66/33

RAL: 2012

Pantone C: 1797
Pantone U: 1797

Euro: 15/100/80/0

RGB: 204/0/51

Hexadezimal:
CC/00/33

RAL: 3000

Pantone C: 202
Pantone U: 1807

Euro: 25/90/60/30

RGB: 153/0/51

Hexadezimal:
99/00/33

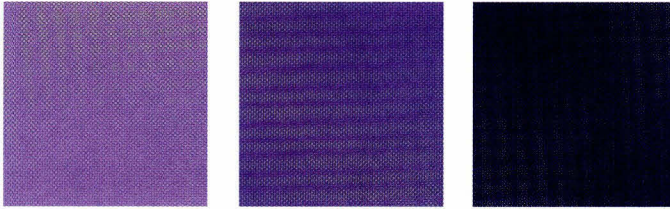
RAL: 3003

Hinweis:

Sind die Farben in einem nicht hier angegebenen Farbsystem zu bestimmen, so gilt der Pantone C-Wert der jeweiligen Farbe als zu erreichende Referenz.

Die abgebildeten Farben sind nicht farbverbindlich!

Violett



Pantone C: 2567
Pantone U: 2567

Euro: 35/50/0/0

RGB: 204/153/255

Hexadezimal:
CC/99/FF

RAL: 4008

Pantone C: 2655
Pantone U: 265

Euro: 50/60/0/0

RGB: 153/102/204

Hexadezimal:
99/66/CC

RAL: 4005

Pantone C: 668
Pantone U: 2627

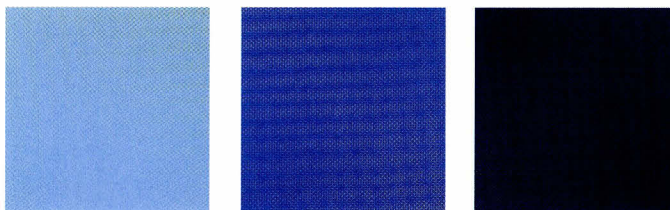
Euro: 60/70/0/40

RGB: 102/0/102

Hexadezimal:
66/00/66

RAL: 4005

Blau



Pantone C: 292
Pantone U: 291

Euro: 45/10/0/0

RGB: 102/204/255

Hexadezimal:
66/CC/FF

RAL: 5012

Pantone C: 285
Pantone U: 2925

Euro: 75/40/0/0

RGB: 51/102/204

Hexadezimal:
33/66/CC

RAL: 5005

Pantone C: 534
Pantone U: 288

Euro: 90/60/0/45

RGB: 51/51/102

Hexadezimal:
33/33/66

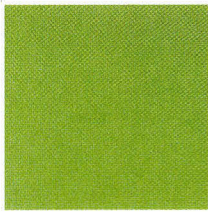
RAL: 5003

Hinweis:

Sind die Farben in einem nicht hier angegebenen Farbsystem zu bestimmen, so gilt der Pantone C-Wert der jeweiligen Farbe als zu erreichende Referenz.

Die abgebildeten Farben sind nicht farbverbindlich!

Grün



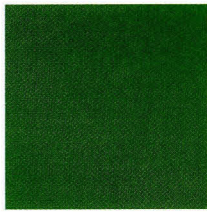
Pantone C: 360
Pantone U: 359

Euro: 45/0/60/0

RGB: 102/204/102

Hexadezimal:
66/CC/66

RAL: 6018



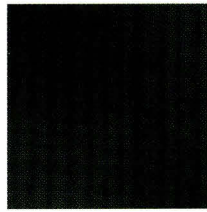
Pantone C: 348
Pantone U: 347

Euro: 80/0/80/5

RGB: 51/153/102

Hexadezimal:
33/99/66

RAL: 6029



Pantone C: 7484
Pantone U: 349

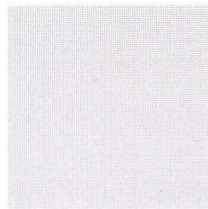
Euro: 70/20/70/50

RGB: 0/102/51

Hexadezimal:
00/66/33

RAL: 6026

Grau



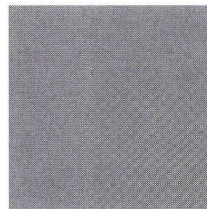
Pantone C: 427
Pantone U: Cool Gray 2

Euro: 0/0/0/13

RGB: 204/204/204

Hexadezimal:
CC/CC/CC

RAL: 7035



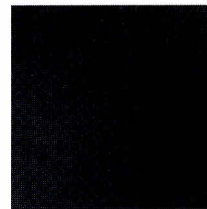
Pantone C: 429
Pantone U: 428

Euro: 0/0/0/40

RGB: 153/153/153

Hexadezimal:
99/99/99

RAL: 7040



Pantone C: Cool Gray 11
Pantone U: 432

Euro: 10/5/0/80

RGB: 102/102/102

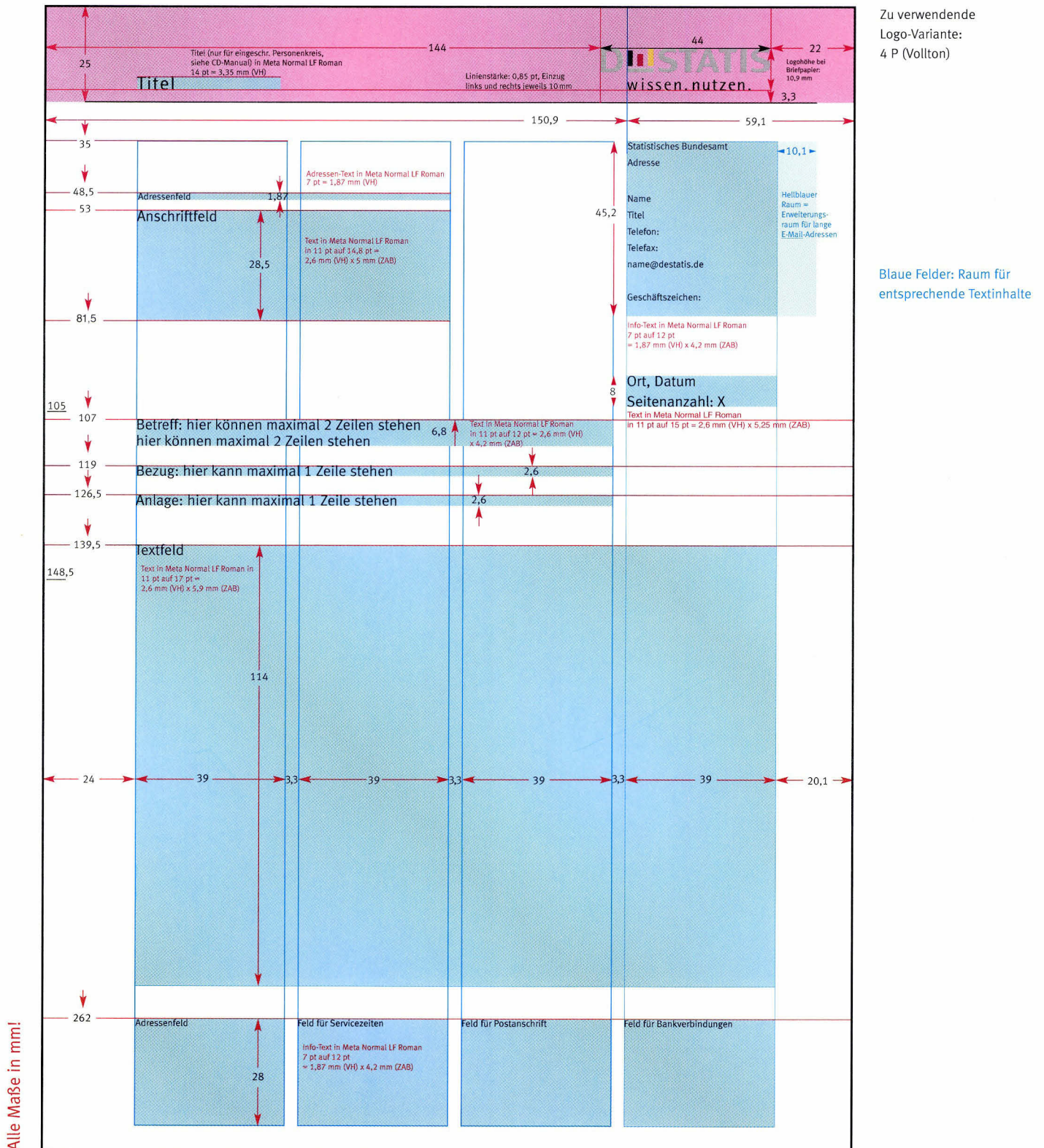
Hexadezimal:
66/66/66

RAL: 7015

Hinweis:

Sind die Farben in einem nicht hier angegebenen Farbsystem zu bestimmen, so gilt der Pantone C-Wert der jeweiligen Farbe als zu erreichende Referenz.

Die abgebildeten Farben sind nicht farbverbindlich!



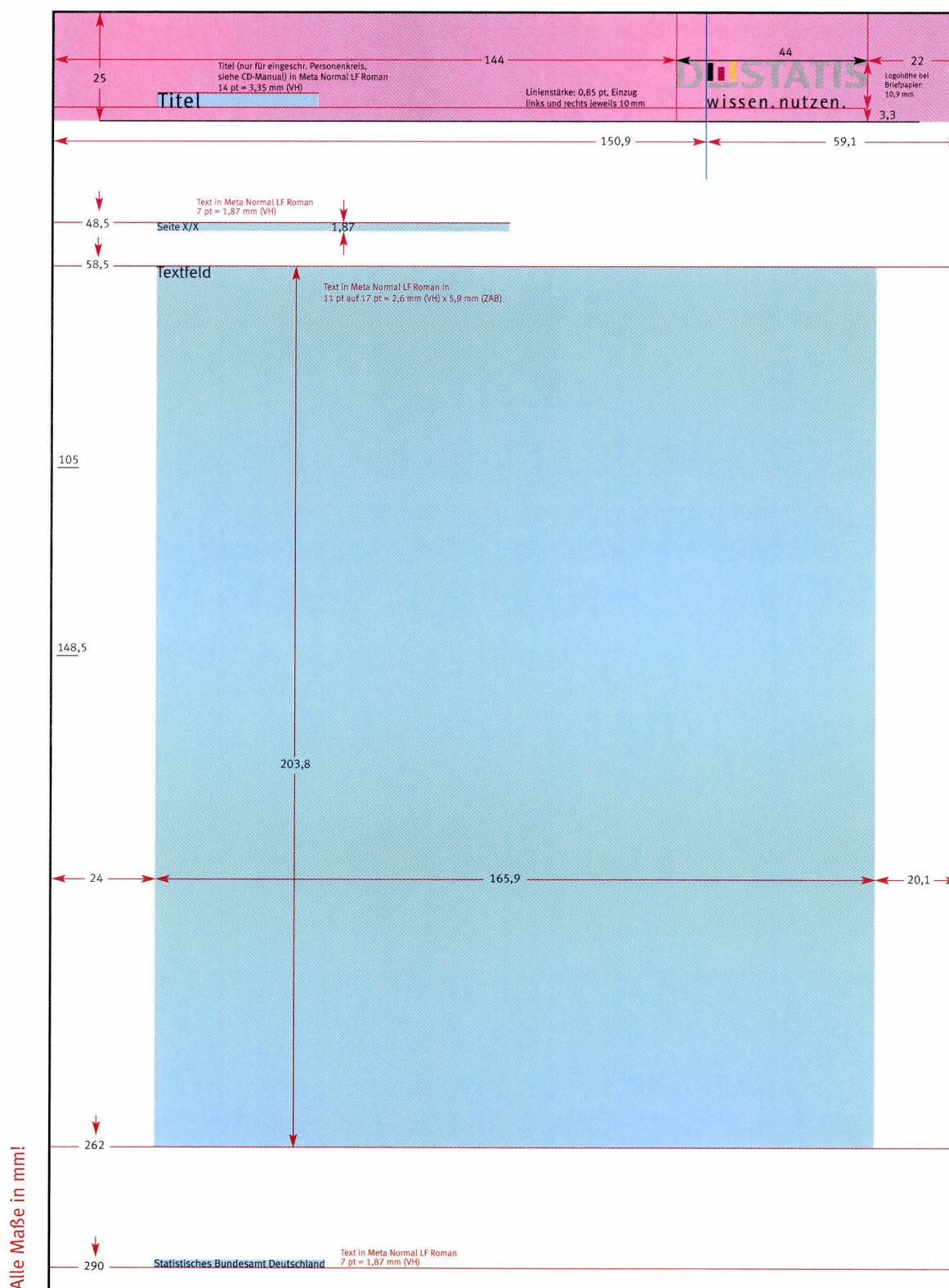
Das Briefraster ist genaustens mit den Makroeinstellungen aller Mitarbeiter abgestimmt und ist daher unveränderbar. Das rosa Feld bezeichnet die absolute Freiraumzone des Logos. Ausnahme: Bei Briefpapier für den Präsidenten,

den Vizepräsidenten, die Frauenbeauftragte sowie Personalrat oder i-Punkt erscheint der jeweilige Titel im definierten Textfeld innerhalb der Freiraumzone. Die blauen Felder sind den angegebenen Textinhalten vorbehalten. Das Folgeblatt des Briefpa-

piers basiert auf dem gleichen Raster. Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!

Zu verwendende
Logo-Variante:
4 P (Vollton)

Blaue Felder: Raum für
entsprechende Textinhalte



Das Folgeblatt des Briefpapiers basiert auf dem Briefraster. Es entfällt die untere Adressleiste, ebenso die Anschrift, Adressenfeld, Betreff und alle den Absender betreffenden Felder. Statt dessen steht an

der Stelle des Adressenfelds die Seitenzahl mit Hinweis auf die Gesamtseitenzahl. Der Umfang des Textfelds wurde entsprechend vergrößert.

Als Absender erscheint unten auf der Seite „Statistisches Bundesamt Deutschland“. Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!

Die Frauenbeauftragte



Statistisches Bundesamt • 65180 Wiesbaden, Deutschland

Frau
Maria Mustermann
Titel/Funktion/Firma
Musterstrasse 10

12345 Beispielstadt

Statistisches Bundesamt
65180 Wiesbaden, Deutschland

Gabi Beispiel
Frauenbeauftragte des
Statistischen Bundesamtes
Telefon: +49 (0)611 / 75-2382
Telefax: +49 (0)611 / 72-4000
gabi.beispiel@destatis.de

Geschäftszeichen: ZD/RV-20/1-99/37

Wiesbaden, den 24.09.01
Seitenanzahl: 2

Betreff: hier steht ein Betreff-Blindtext

Bezug: hier steht ein Bezug-Blindtext

Anlage: hier steht ein Anlage-Blindtext

Sehr geehrte Frau Mustermann,

dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze.

Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief.

Mit freundlichen Grüßen

Gabi Beispiel

Zentrale:
Telefon: +49 (0)611 / 75-(1)
Telefax: +49 (0)611 / 72-4000
info@destatis.de
www.destatis.de

Servicezeiten:
Mo - Do: 8.00 - 17.00 Uhr
Fr: 8.00 - 15.00 Uhr
Infoservice:
Telefon: +49 (0)611 / 75-2405
Telefax: +49 (0)611 / 75-3330

Postanschrift:
65180 Wiesbaden
Deutschland
Haus-/Lieferanschrift:
Gustav-Stresemann-Ring 11
65189 Wiesbaden

Bankverbindung:
Bundeskasse Frankfurt a. M.
Konto-Nr.: 500 010 20
Landeszentralbank Frankfurt a. M.
BLZ: 500 00 00

Die Frauenbeauftragte



Schreiben vom 24.09.01 - S. 2/2

Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient.

Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten

Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze.

Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient, dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief.

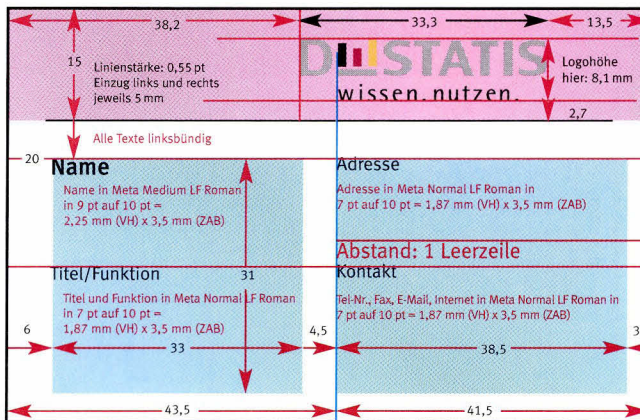
Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze und zwar jetzt. Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau. Er umfasst nur 3 wiederkehrende Sätze.

Dies ist ein reiner Blindtext-Brief, der nur zur Veranschaulichung des eigentlichen, eingedruckten Textes dient. Dieser Text erhebt keinen Anspruch auf Sinn oder Niveau.

Mit freundlichen Grüßen

Helga Neumeier

Statistisches Bundesamt Deutschland



Die Räume der Visitenkarte sind für genau bestimmte Textinhalte definiert. Die linke Hälfte bietet Platz für den jeweiligen Namen und, darunter abgesetzt, Titel und/oder Funktion der Person. Rechts stehen Adresse, Telefon-/Mobiltelefonnummer, Fax-Nummer und Internet/E-Mail. Die E-Mail-Adresse kann bei Personen mit langen Namen zwei Zeilen in Anspruch nehmen. Evtl. muss dafür die Internet-Adresse entfallen (siehe unteres Beispiel). Name und Adresse sowie Titel/Funktion und Kontakt sind dabei immer horizontal bündig!

Hinweis: Das Raster finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!

DESTATIS
wissen. nutzen.

Karl-Heinz Wenneberger	Statistisches Bundesamt Zweigstelle Bonn Graurheindorfer Straße 198 53117 Bonn, Deutschland
Referent in der Gruppe Statistik-Kooperation mit Reformstaaten und Entwicklungsländern	Telefon: +49 (0)1888 / 644-8108 Telefax: +49 (0)1888 / 644-8990 karl-heinz.wenneberger@destatis.de www.destatis.de

Lösung für Mobiltelefonnummern

DESTATIS
wissen. nutzen.

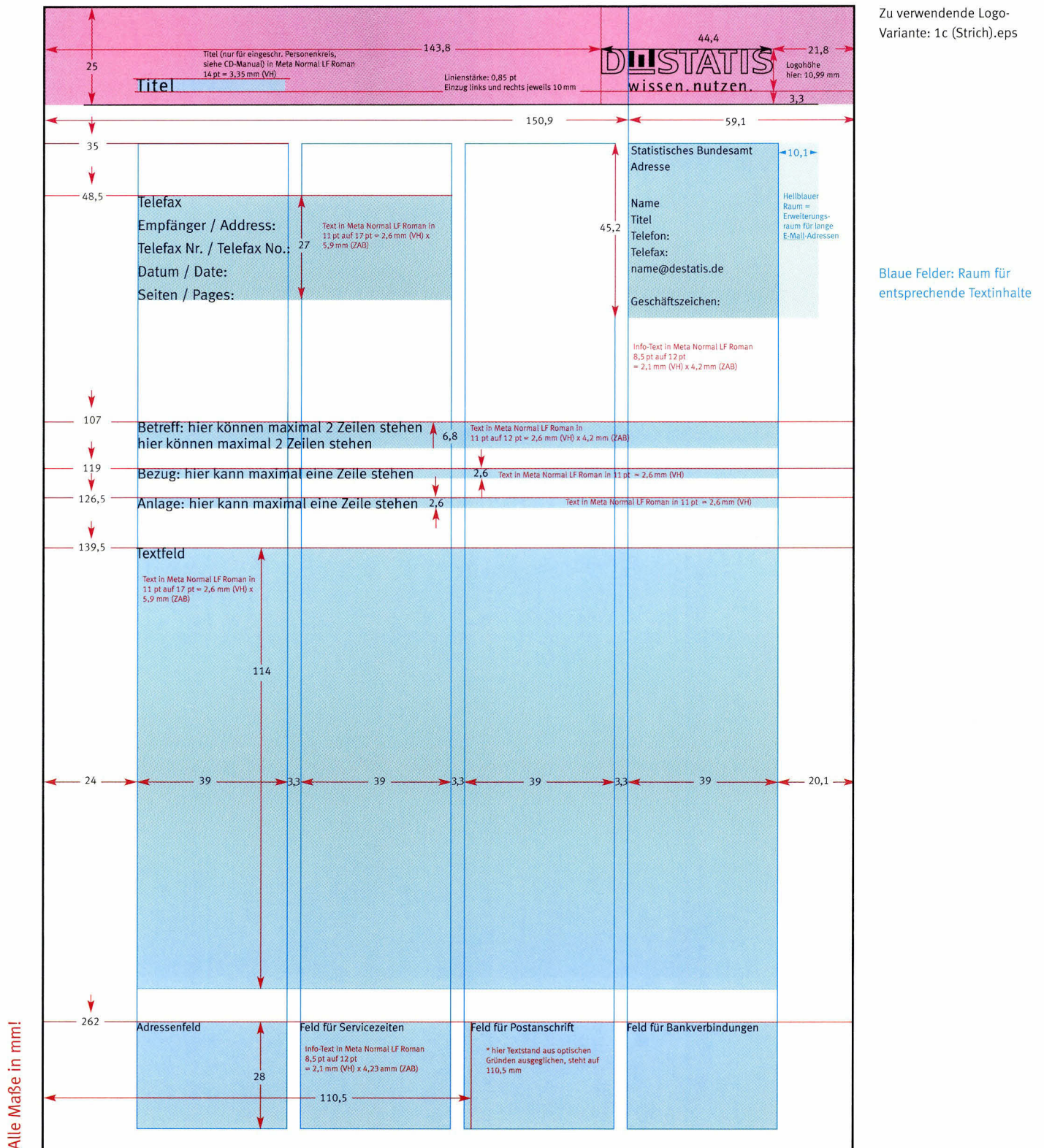
Anna Wagner	Statistisches Bundesamt Gustav-Stresemann-Ring 11 65189 Wiesbaden, Deutschland
Diplom-Volkswirtin Referentin in der Arbeitsgruppe Kosten- und Leistungsrechnung, Kostencontrolling	Telefon: +49 (0)611 / 75-2236 Telefax: +49 (0)611 / 72-4000 Mobil: +49 (0)171 / 204 2365 anna.wagner@destatis.de www.destatis.de

Lösung für lange E-Mail-Adressen

DESTATIS
wissen. nutzen.

Charlotte Pichelsteiner-Hohenberg	Statistisches Bundesamt Zweigstelle Bonn Graurheindorfer Straße 198 53117 Bonn, Deutschland
Referentin in der Abteilung Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen	Telefon: +49 (0)1888 / 644-8108 Telefax: +49 (0)1888 / 644-8990 charlotte.pichelsteiner-hohenberg@destatis.de

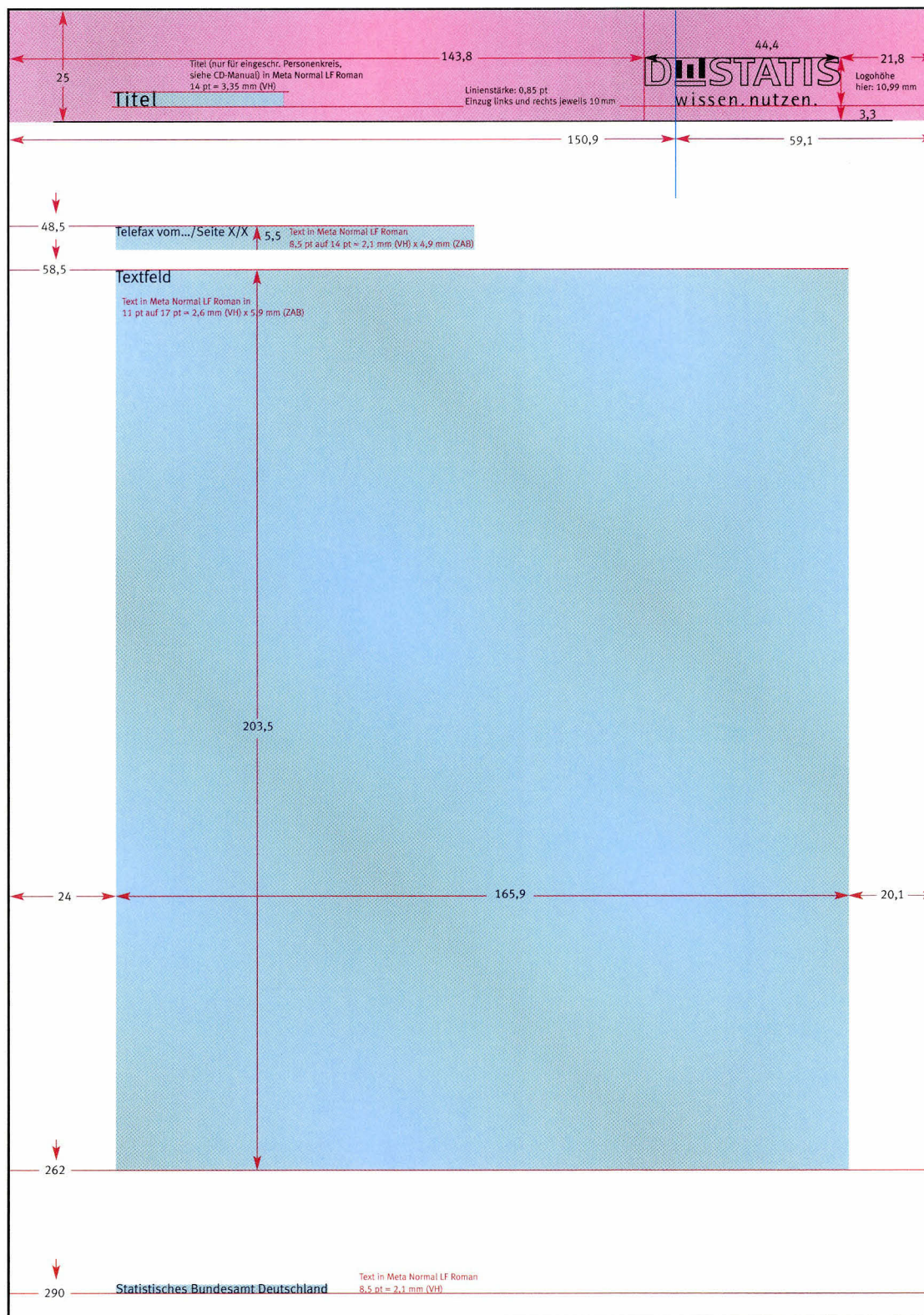
Alle Maße in mm!



Das Faxraster folgt dem des Briefs und wurde den Anforderungen des Mediums angepasst: Durch die Verwendung des Strich-Logos und einer größeren Typo lassen sich die Dokumente schneller übertragen und anschließend leichter lesen. Es ist genauestens mit den MakroEinstel-

lungen aller Mitarbeiter abgestimmt und somit unveränderbar. Das rosa Feld bezeichnet auch hier die absolute Freiraumzone des Logos. Ausnahme: Bei Faxpapier für den Präsidenten, Vizepräsidenten, die Frauenbeauftragte sowie Personalrat oder i-Punkt erscheint der jeweilige Titel im

definierten Textfeld innerhalb der Freiraumzone. Analog zum Briefraster sind die blauen Felder den angegebenen Textinhalten vorbehalten. Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!



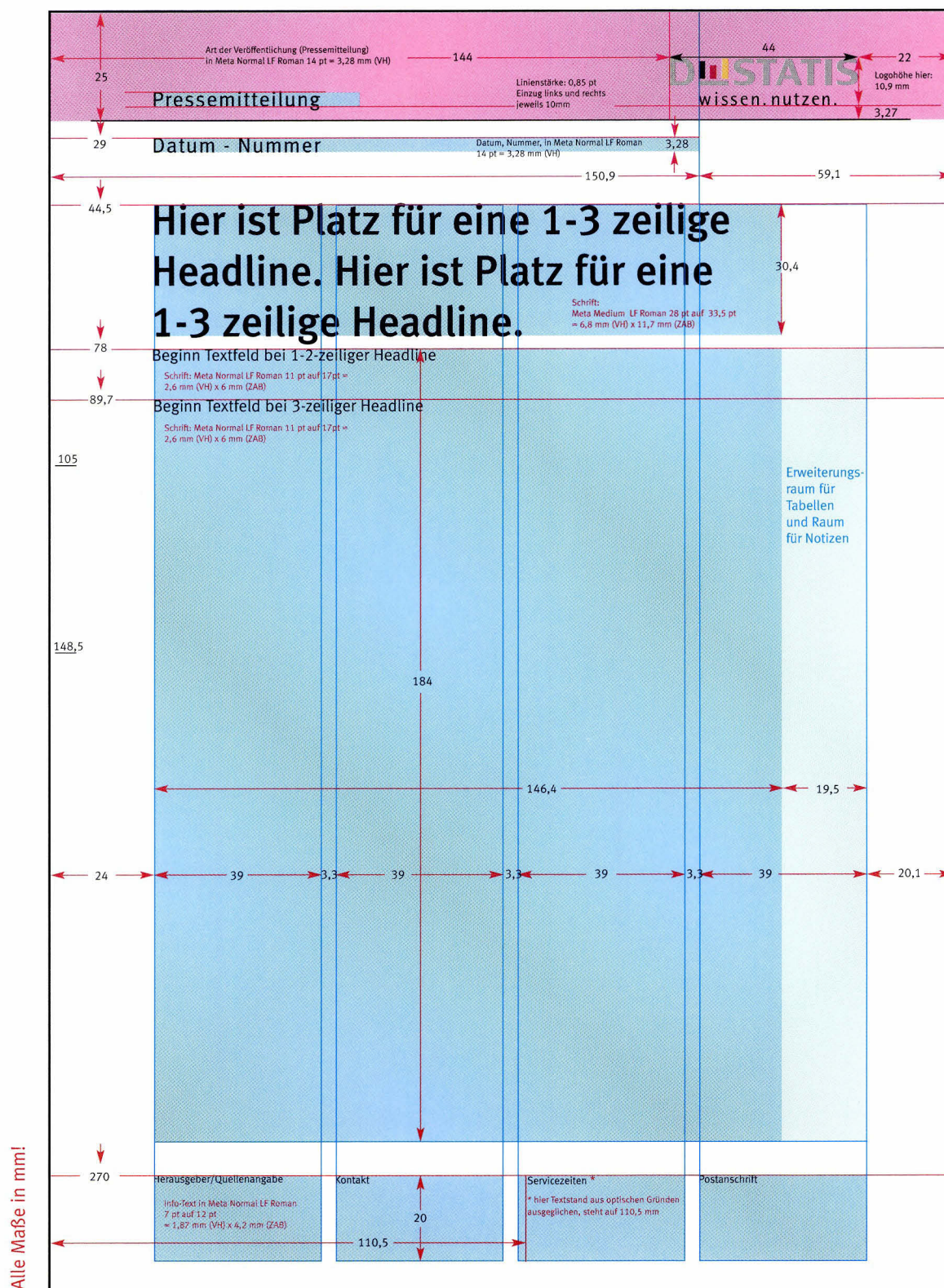
Zu verwendende Logo-Variante: 1c (Strich).eps

Blaue Felder: Raum für entsprechende Textinhalte

Alle Maße in mm!

Das Folgeblatt des Faxes basiert auf dem Faxraster. Es entfällt die untere Adressleiste, ebenso der Adressen-Text und das den Absender betreffende Feld. Statt dessen steht an der Stelle des Adressen-Texts ein Hinweis auf Datum, Seite und

Gesamtseitenzahl. Der Umfang des Textfelds wurde entsprechend vergrößert. Als Absender erscheint unten auf der Seite „Statistisches Bundesamt Deutschland“. Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!



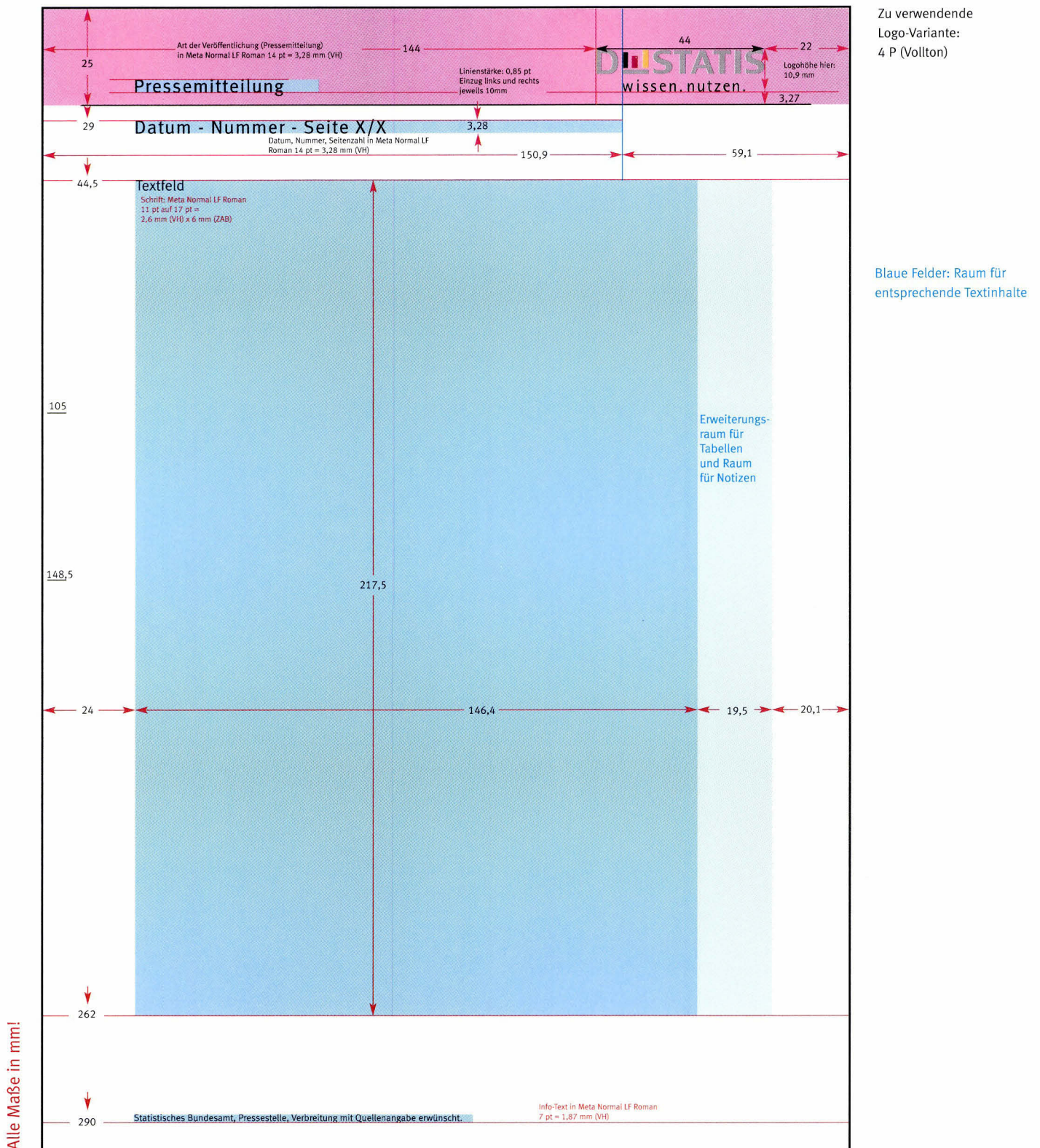
Zu verwendende
Logo-Variante:
4 P (Vollton)

Headlinebereich. Für maximal 3 Zeilen. Headlines für Pressemitteilungen werden im Gegensatz zu allen anderen Publikationen immer in Meta Medium LF Roman (gemischte Schreibweise) gesetzt!

Blau Felder: Raum für entsprechende Textinhalte

Bei Pressemitteilungen werden nur 3,5 der 4 zur Verfügung stehenden Spalten für Textinhalte genutzt. Dem Leser soll der so erweiterte Rand für Notizen offen stehen. In Ausnahmefällen darf diese Spaltenhälfte für Tabellen genutzt werden.

Dies gilt für alle Pressemitteilungen, unabhängig vom Medium (Druck oder Fax). Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!



Bei Folgeseiten von Pressemitteilungen entfällt die Headline und die untere Adressleiste. Statt dessen wird das Textfeld vergrößert und unten auf der Seite ein Hinweis auf Herausgeber und Veröffentlichung eingefügt.

Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!

Pressemitteilung

DESTATIS
wissen.nutzen.

4. Oktober 2001 - 353/01

Destatis – wissen. nutzen. Statistisches Jahrbuch 2001 erschienen.

WIESBADEN – „Mit dem neuen Corporate Design wollen wir unser Profil als fachkompetenter, innovativer und aktueller Informationsdienstleister deutlich machen und uns so auf dem deutschen und europäischen Informationsmarkt positionieren.“ Mit diesen Worten stellte heute der Präsident des Statistischen Bundesamtes, Johann Hahn, das Statistische Jahrbuch 2001 mit der neuen Wort-Bild-Marke des Statistischen Bundesamtes „Destatis - wissen.nutzen.“ der Öffentlichkeit erstmals vor.

Destatis steht für „Deutsche Statistik des Bundes“ und löst den Abakus, die Wort-Bild-Marke des Statistischen Bundesamtes, ab. Mit dem liegenden „E“ eines Säulendiagramms in den Nationalfarben symbolisiert das neue Logo ins den grundlegenden Informationswert der amtlichen Statistik. Die Worte „wissen.nutzen.“ unterstreichen die Bedeutung statistischer Daten für die politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Willensbildung und appellieren zeitig an die Nutzer, aus der Vielzahl statistischer Ergebnisse das für sie relevante Wissen abzurufen.

Das Statistische Jahrbuch 2001 im Gewand des neuen Corporate Design hat zur Vorjahresausgabe die Berichterstattung zu den Themen Wohnen, Pflege, neue Gesundheitsausgabenrechnung und Sport erweitert.

Das Auslandsjahrbuch zeigt u.a. statistische Indikatoren zu den 13 Ländern, die die Aufnahme in die Europäische Union anstreben, im Vergleich zu den 15 EU-Mitgliedstaaten.

Nachstehend zwei Informationsbeispiele aus den beiden Bänden des Jahrbuchs.

Im Dezember 1999 waren in Deutschland 2,02 Mill. Menschen pflegebedürftig, davon 69 % oder 1,38 Mill. Frauen. 740 000 Pflegebedürftige waren älter als 85 Jahre, drei Viertel (1,44 Mill.) der Pflegebedürftigen wurden zu Hause versorgt, u.a. durch 1 800 ambulante Pflegedienste, die rund 415 000 Pflegebedürftige betreuten. Die Unterbringung und Pflege in einem Pflegeheim kostete in der höchsten Pflegestufe III durchschnittlich rund 4 900 DM im Monat.

Herausgeber:
Statistisches Bundesamt
Pressestelle, Verbreitung mit
Quellenangabe erwünscht

Kontakt:
Telefon: +49 (0)611 / 75-3444
Telefax: +49 (0)611 / 75-3976
presse@destatis.de
www.destatis.de

Servicezeiten:
Mo - Do: 8.00 - 17.00 Uhr
Fr: 8.00 - 15.00 Uhr

Postanschrift:
65180 Wiesbaden
Deutschland

Pressemitteilung

DESTATIS
wissen.nutzen.

4. Oktober 2001 - 353/01 - S. 2/2

Die Aufnahme der 13 Kandidatenländer in die EU würde die Fläche der EU um rund zwei Drittel vergrößern und die Bevölkerungszahl um etwa 45 % oder rund 170 Mill. Menschen auf 546 Mill. steigen lassen. Gemessen in Kaufkraftstandards lag das durchschnittliche Bruttoinlandsprodukt pro Kopf in den Bewerberländern bei 35 % des EU-Durchschnitts. Slowenien (71 %) und Zypern (82 %) bewegten sich bereits auf vergleichbarem Niveau wie die EU-Staaten Griechenland (68 %), Portugal (74 %) und Spanien (81 %). In der Pressekonferenz stellte Johann Hahn zudem vorab Eckdaten aus einer neuen, Ende 2001 erscheinenden Veröffentlichung des Statistischen Bundesamtes "Im Blickpunkt: Die Informationsgesellschaft", vor:

Nach Ergebnissen des Mikrozensus waren im Mai 2000 gut 2,3 Mill. oder 6,4 % der 36,6 Mill. Erwerbstätigen im Informations- und Kommunikationssektor beschäftigt (+ 14 % gegenüber 1995). Die bei weitem höchste Zuwachsrate bei den Beschäftigten gegenüber 1995 verzeichneten Softwarehäuser mit einem Plus von gut 170 000 Personen auf 232 000 Erwerbstätige im Mai 2000 (+ 280 %).

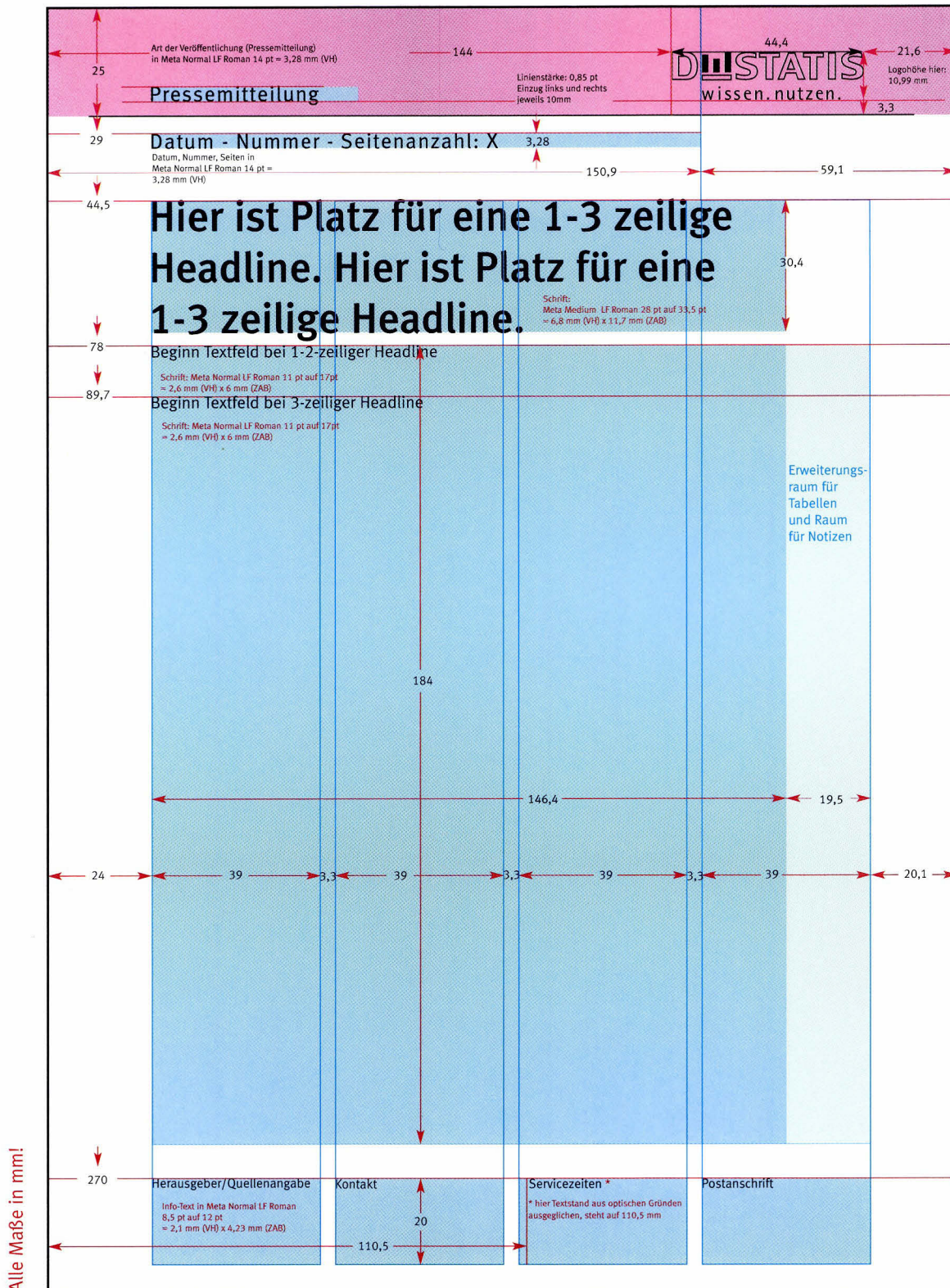
Im Studienbereich Informatik ist von 1995 bis 2000 die Zahl der jährlichen Hochschulabsolventen von 6 600 auf 5 800, also um 12 %, zurückgegangen. Im gleichen Zeitraum ist die Zahl der Erstsemester von 8 400 auf 27 200 gestiegen und war damit im Jahr 2000 mehr als dreimal so hoch wie 1995. Im Jahr 2000 haben dreimal so viele Jugendliche (22 400) eine Ausbildung im IT-Bereich begonnen wie 1995 (7 600). In Buchform können das Statistische Jahrbuch 2001 für die Bundesrepublik Deutschland und für das Ausland im Schuber zusammen mit der entsprechenden CD-ROM zum Vorzugspreis von DM 158,- /EUR 80,78 im Buchhandel oder über den Metzler-Poeschel-Verlag bezogen werden:

SFG-Servicecenter Fachverlage GmbH, Postfach 4343, 72774 Reutlingen.
Telefon: 07071/935350 oder Fax: 07071/93535, E-Mail: staba@sfg.com,
Internet: <http://www.sfg.com>, Bestell-Nr. 1010100-01700, ISBN 3-8246-0642-9
Einzelne kostet das Statistische Jahrbuch 2001 für die Bundesrepublik Deutschland
DM 128,- /EUR 65,45 (Bestell-Nr. 1010120-01700, ISBN 3-8246-0642-9)
Statistisches Jahrbuch 2001 für das Ausland
(Bestell-Nr. 1010120-01700, ISBN 3-8246-0642-9) kostet
DM 49,- /EUR 25,05.

Journalisten erhalten Rezensionsexemplare des Statistischen Jahrbuchs 2001 bei der Pressestelle des Statistischen Bundesamtes
(Tel.: 0611/75-3444, E-Mail: presse@destatis.de).
Weitere Auskünfte erteilt: Peter Knoche, Telefon: (0611) 75-2809,
E-Mail: Peter.Knoche@destatis.de.

Statistisches Bundesamt, Pressestelle, Verbreitung mit Quellenangabe erwünscht.

FOLGEBLATT



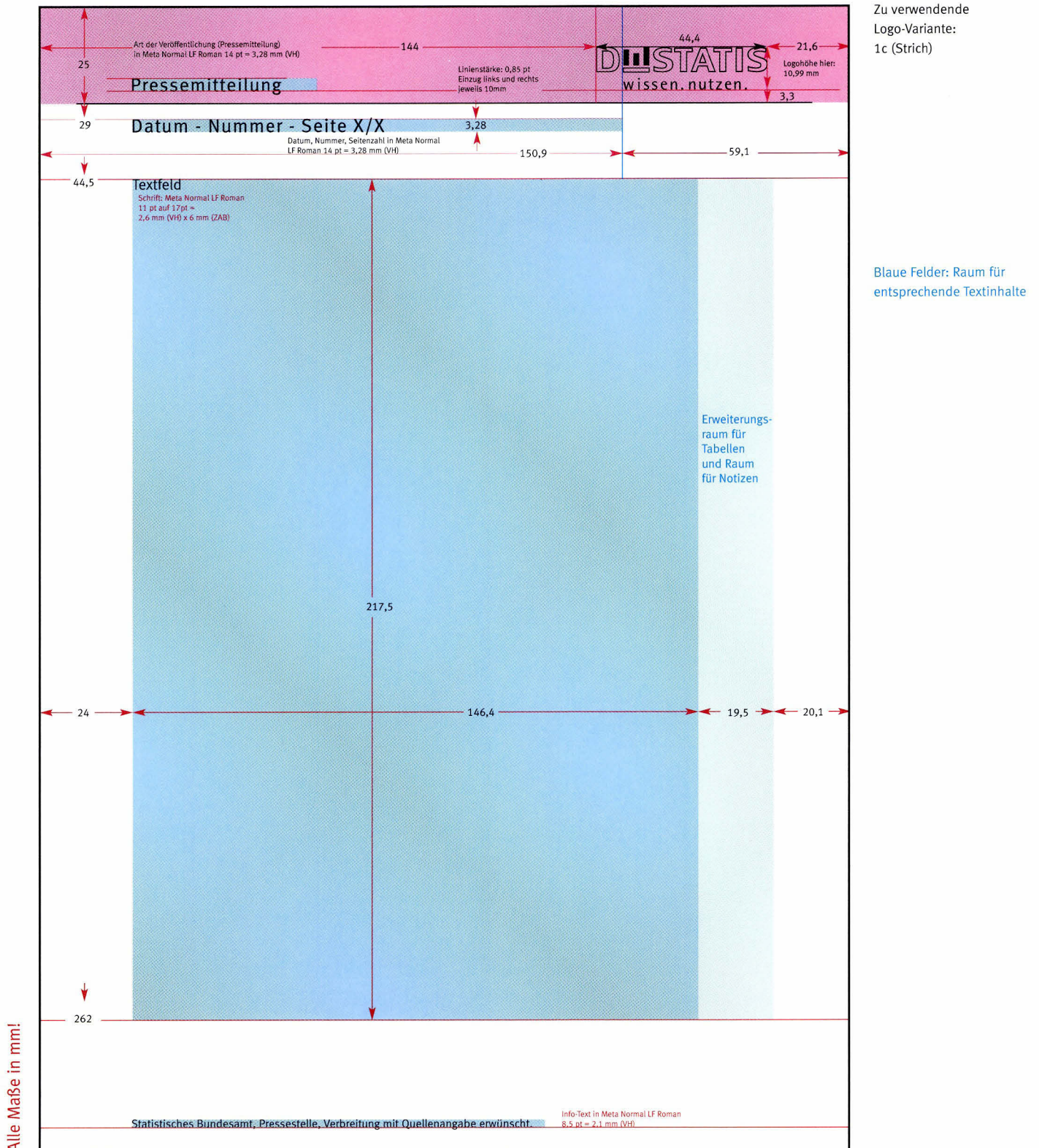
Zu verwendende
 Logo-Variante:
 1c (Strich)

Blaue Felder: Raum für
 entsprechende Textinhalte

Erweiterungs-
 raum für
 Tabellen
 und Raum
 für Notizen

Die Faxversion der Pressemitteilung folgt dem Pressemitteilungsraster, sie wurde lediglich den Anforderungen des Mediums angepasst: Durch die Verwendung des Strich-Logos und einer größeren Typo lassen sich die Dokumente schneller über-

tragen und anschließend leichter lesen.
 Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!



Die Folgeseite der Faxversion der Pressemitteilung folgt dem Raster für Folgeseiten von Pressemitteilungen, sie wurde lediglich den Anforderungen des Mediums angepasst: Durch die Verwendung des Strich-Logos und einer größeren Typo

lassen sich die Dokumente schneller übertragen und anschließend leichter lesen.
Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!

Pressemitteilung

DESTATIS
wissen.nutzen.

4. Oktober 2001 - 353/01 - Seitenanzahl: 2

Destatis – wissen. nutzen. Statistisches Jahrbuch 2001 erschienen.

WIESBADEN – „Mit dem neuen Corporate Design wollen wir unser Profil als fachkompetenter, innovativer und aktueller Informationsdienstleister deutlich machen und uns so auf dem deutschen und europäischen Informationsmarkt positionieren.“ Mit diesen Worten stellte heute der Präsident des Statistischen Bundesamtes, Johann Hahlen das Statistische Jahrbuch 2001 mit der neuen Wort-Bild-Marke des Statistischen Bundesamtes „Destatis - wissen.nutzen.“ der Öffentlichkeit erstmals vor.

Destatis steht für „Deutsche Statistik des Bundes“ und löst den Abakus, die Wort-Bild-Marke des Statistischen Bundesamtes, ab. Mit dem liegenden „E“ in einem Säulendiagramm in den Nationalfarben symbolisiert das neue Logo insbesondere den grundlegenden Informationswert der amtlichen Statistik. Die Worte „wissen.nutzen.“ unterstreichen die Bedeutung statistischer Daten für die politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Willensbildung und appellieren zeitig an die Nutzer, aus der Vielzahl statistischer Ergebnisse das für sie relevante Wissen abzurufen.

Das Statistische Jahrbuch 2001 im Gewand des neuen Corporate Design hat in der zur Vorjahresausgabe die Berichterstattung zu den Themen Wohnen, Pflege, Gesundheit, neue Gesundheitsausgabenrechnung und Sport erweitert.

Das Auslandsjahrbuch zeigt u.a. statistische Indikatoren zu den 13 Ländern, die die Aufnahme in die Europäische Union anstreben, im Vergleich zu den 15 EU-Mitgliedstaaten.

Nachstehend zwei Informationsbeispiele aus den beiden Bänden des Jahrbuchs.

Im Dezember 1999 waren in Deutschland 2,02 Mill. Menschen pflegebedürftig, davon 69 % oder 1,38 Mill. Frauen. 740 000 Pflegebedürftige waren älter als 85 Jahre, drei Viertel (1,44 Mill.) der Pflegebedürftigen wurden zu Hause versorgt, u.a. durch 1 800 ambulante Pflegedienste, die rund 415 000 Pflegebedürftige betreuten. Die Unterbringung und Pflege in einem Pflegeheim kostete in der höchsten Pflegestufe III durchschnittlich rund 4 900 DM im Monat.

Herausgeber:
Statistisches Bundesamt
Pressestelle, Verbreitung mit
Quellenangabe erwünscht

Kontakt:
Telefon: +49 (0)611 / 75-3444
Telefax: +49 (0)611 / 75-3976
pressestelle@destatis.de
www.destatis.de

Servicezeiten:
Mo - Do: 8.00 - 17.00 Uhr
Fr: 8.00 - 15.00 Uhr

Postanschrift:
65180 Wiesbaden
Deutschland

Pressemitteilung

DESTATIS
wissen.nutzen.

4. Oktober 2001 - 353/01 - S. 2/2

Die Aufnahme der 13 Kandidatenländer in die EU würde die Fläche der EU um rund zwei Drittel vergrößern und die Bevölkerungszahl um etwa 45 % oder rund 170 Mill. Menschen auf 546 Mill. steigen lassen. Gemessen in Kaufkraftstandards lag das durchschnittliche Bruttoinlandsprodukt pro Kopf in den Bewerberländern bei 35 % des EU-Durchschnitts. Slowenien (71 %) und Zypern (82 %) bewegten sich bereits auf vergleichbarem Niveau wie die EU-Staaten Griechenland (68 %), Portugal (74 %) und Spanien (81 %). In der Pressekonferenz stellte Johann Hahlen zudem vorab Eckdaten aus einer neuen, Ende 2001 erscheinenden Veröffentlichung des Statistischen Bundesamtes "Im Blickpunkt: Die Informationsgesellschaft", vor:

Nach Ergebnissen des Mikrozensus waren im Mai 2000 gut 2,3 Mill. oder 6,4 % der 36,6 Mill. Erwerbstätigen im Informations und Kommunikationssektor beschäftigt (+ 14 % gegenüber 1995). Die bei weitem höchste Zuwachsrate bei den Beschäftigten gegenüber 1995 verzeichneten Softwarehäuser mit einem Plus von gut 170 000 Personen auf 232 000 Erwerbstätige im Mai 2000 (+ 280 %).

Im Studienbereich Informatik ist von 1995 bis 2000 die Zahl der jährlichen Hochschulabsolventen von 6 600 auf 5 800, also um 12 %, zurückgegangen. Im gleichen Zeitraum ist die Zahl der Erstsemester von 8 400 auf 27 200 gestiegen und war damit im Jahr 2000 mehr als dreimal so hoch wie 1995. Im Jahr 2000 haben dreimal so viele Jugendliche (22 400) eine Ausbildung im IT Bereich begonnen wie 1995 (7 600).

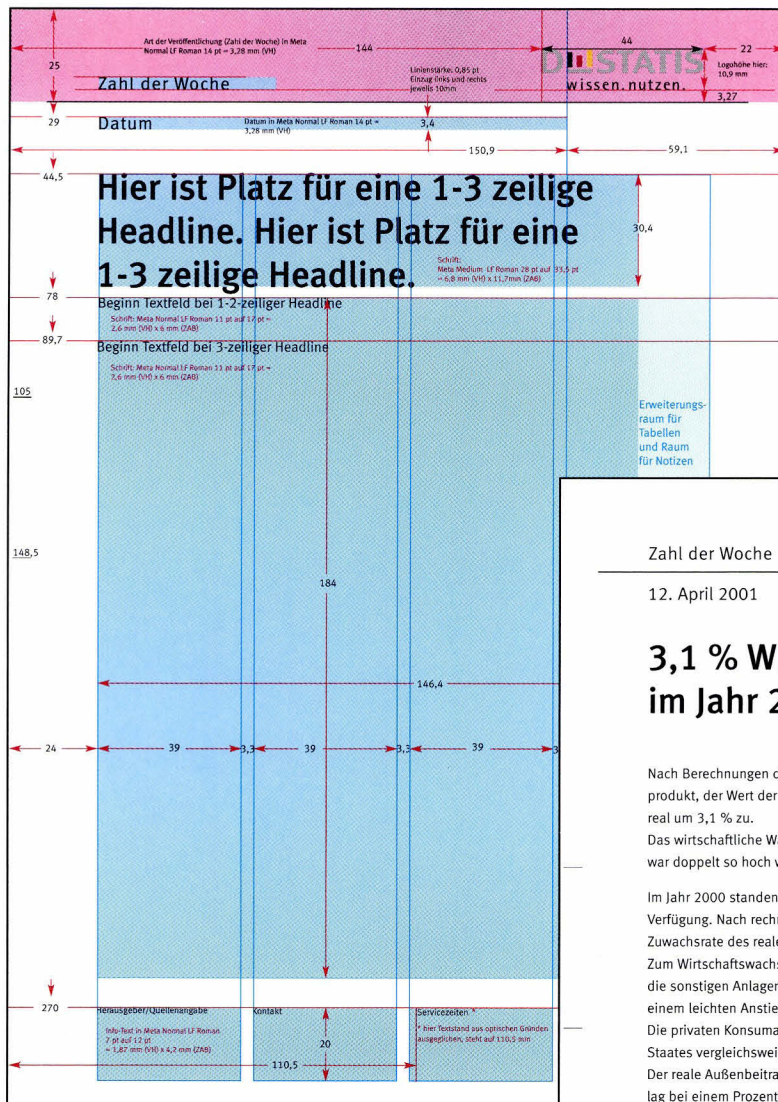
In Buchform können das Statistische Jahrbuch 2001 für die Bundesrepublik Deutschland und für das Ausland im Schubert zusammen mit der entsprechenden CD-ROM zum Vorzugspreis von DM 158,- /EUR 80,78 im Buchhandel oder über den Metzler-Poeschel-Verlag bezogen werden:

SFG-Servicecenter Fachverlage GmbH, Postfach 4343, 72774 Reutlingen,
Telefon: 07071/935350 oder Fax: 07071/935 35, E-Mail: staba@s-fg.com,
Internet: <http://www.s-fg.com>, Bestell-Nr. 1010100-01700, ISBN 3-8246-0630-0
Einzelne kostet das Statistische Jahrbuch 2001 für die Bundesrepublik Deutschland
DM 128,- /EUR 65,45 (Bestell-Nr. 1010100-01700)
Statistisches Jahrbuch 2001 für das Ausland
(Bestell-Nr. 1010120-01700, ISBN 3-8246-0642-9) kostet
DM 49,- /EUR 25,05.

Journalisten erhalten Rezensionsexemplare des Statistischen Jahrbuchs 2001 bei der Pressestelle des Statistischen Bundesamtes
(Tel.: 0611/75-3444, E-Mail: presse@destatis.de).
Weitere Auskünfte erteilt: Peter Knoche, Telefon: (0611) 75-2809,
E-Mail: Peter.Knoche@destatis.de

Statistisches Bundesamt, Pressestelle, Verbreitung mit Quellenangabe erwünscht.


FOLGEBLATT



Alle Maße in mm!

Das „Zahl der Woche“-Raster ist identisch mit dem Pressemitteilungsraster. Es wurde jedoch leicht modifiziert: So gibt es bei „Zahl der Woche“ keine Folgeseiten und die Veröffentlichungen tragen keine Nummern, oben wird lediglich das Datum vermerkt.

Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!



wissen. nutzen.

Zahl der Woche

12. April 2001

3,1 % Wirtschaftswachstum im Jahr 2000

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes nahm das deutsche Bruttoinlandsprodukt, der Wert der erwirtschafteten Leistung, im Jahr 2000 im Vergleich zum Vorjahr real um 3,1 % zu. Das wirtschaftliche Wachstum war damit das stärkste in Deutschland seit 1991 und es war doppelt so hoch wie im Durchschnitt des abgelaufenen Jahrzehnts.

Im Jahr 2000 standen in Deutschland rund drei Arbeitstage weniger als im Vorjahr zur Verfügung. Nach rechnerischer Ausschaltung dieses Kalendereffekts ergäbe sich eine Zuwachsrate des realen Bruttoinlandsprodukts von 3,3 %.

Zum Wirtschaftswachstum 2000 trugen die Ausrüstungsinvestitionen (+ 9,0 %) sowie die sonstigen Anlagen (+ 9,7 %) kräftig bei, dagegen gingen die Bauinvestitionen nach einem leichten Anstieg im Vorjahr (+ 0,5 %) im Berichtsjahr wieder zurück (- 2,5 %). Die privaten Konsumausgaben erhöhten sich real um 1,9 %, die Konsumausgaben des Staates vergleichsweise schwächer (+ 1,3 %).

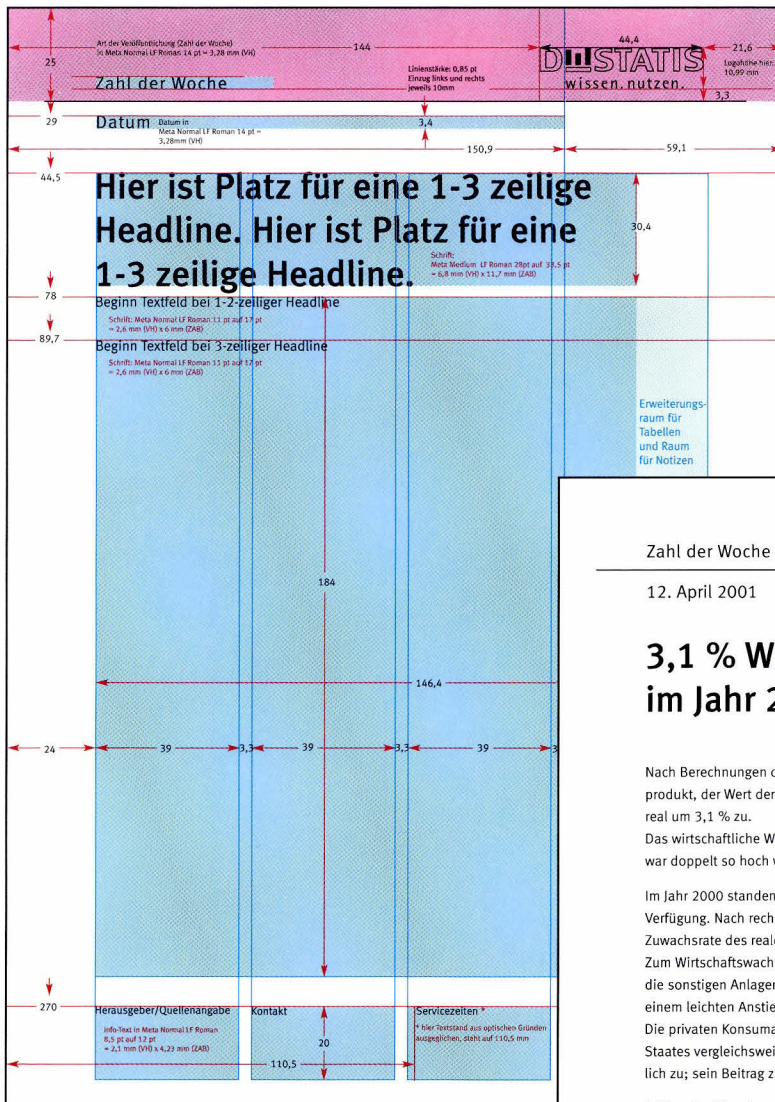
Der reale Außenbeitrag legte 2000 deutlich zu; sein Beitrag zum Wirtschaftswachstum lag bei einem Prozentpunkt.

Infolge der Einnahmen aus der Versteigerung von UMTS-Lizenzen (99,4 Mrd. DM) erzielte der Staatssektor im Jahr 2000 einen Finanzierungsüberschuss von 50,9 Mrd. DM; bezogen auf das Bruttoinlandsprodukt (in jeweiligen Preisen) sind dies 1,3 %.

Der Referenzwert nach dem Maastrichtvertrag liegt bei - 3 %.


Diese und weitere Ergebnisse der „Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen“ können im Internet (<http://www.statistik-bund.de>) abgerufen werden. Außerdem werden in der Fachserie 18 "Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen", Reihe 1.1 "Erste Ergebnisse der Inlandsproduktsberechnung", Bestellnummer: 2180110-00700 (Verlag Metzler-Poeschel, Verlagsauslieferung SFG-Servicecenter, Fachverlage GmbH, Postfach 43 43, 72774 Reutlingen, Telefon: 07071/93 53 50, Telefax: 07071/ 93 53 35, E-Mail: staba@s-f-g.com) tiefer gegliederte Ergebnisse veröffentlicht.

Herausgeber: Statistisches Bundesamt Pressestelle, Verbreitung mit Quellenangabe erwünscht	Kontakt: Telefon: +49 (0)611 / 75-3444 Telefax: +49 (0)611 / 75-3976 presse@destatis.de www.destatis.de	Servicezeiten: Mo - Do: 8.00 - 17.00 Uhr Fr: 8.00 - 15.00 Uhr	Postanschrift: 65180 Wiesbaden, Deutschland
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------



Alle Maße in mm!

Das Zahl der Woche-Raster Fax wurde lediglich den Anforderungen des Mediums angepasst: Durch die Verwendung des Strich-Logos und einer größeren Typo lassen sich die Dokumente schneller übertragen und anschließend leichter lesen. Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!



wissen. nutzen.

Zahl der Woche

12. April 2001

3,1 % Wirtschaftswachstum im Jahr 2000

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes nahm das deutsche Bruttoinlandsprodukt, der Wert der erwirtschafteten Leistung, im Jahr 2000 im Vergleich zum Vorjahr real um 3,1 % zu. Das wirtschaftliche Wachstum war damit das stärkste in Deutschland seit 1991 und es war doppelt so hoch wie im Durchschnitt des abgelaufenen Jahrzehnts.

Im Jahr 2000 standen in Deutschland rund drei Arbeitstage weniger als im Vorjahr zur Verfügung. Nach rechnerischer Ausschaltung dieses Kalendereffekts ergäbe sich eine Zuwachsrate des realen Bruttoinlandsprodukts von 3,3 %.

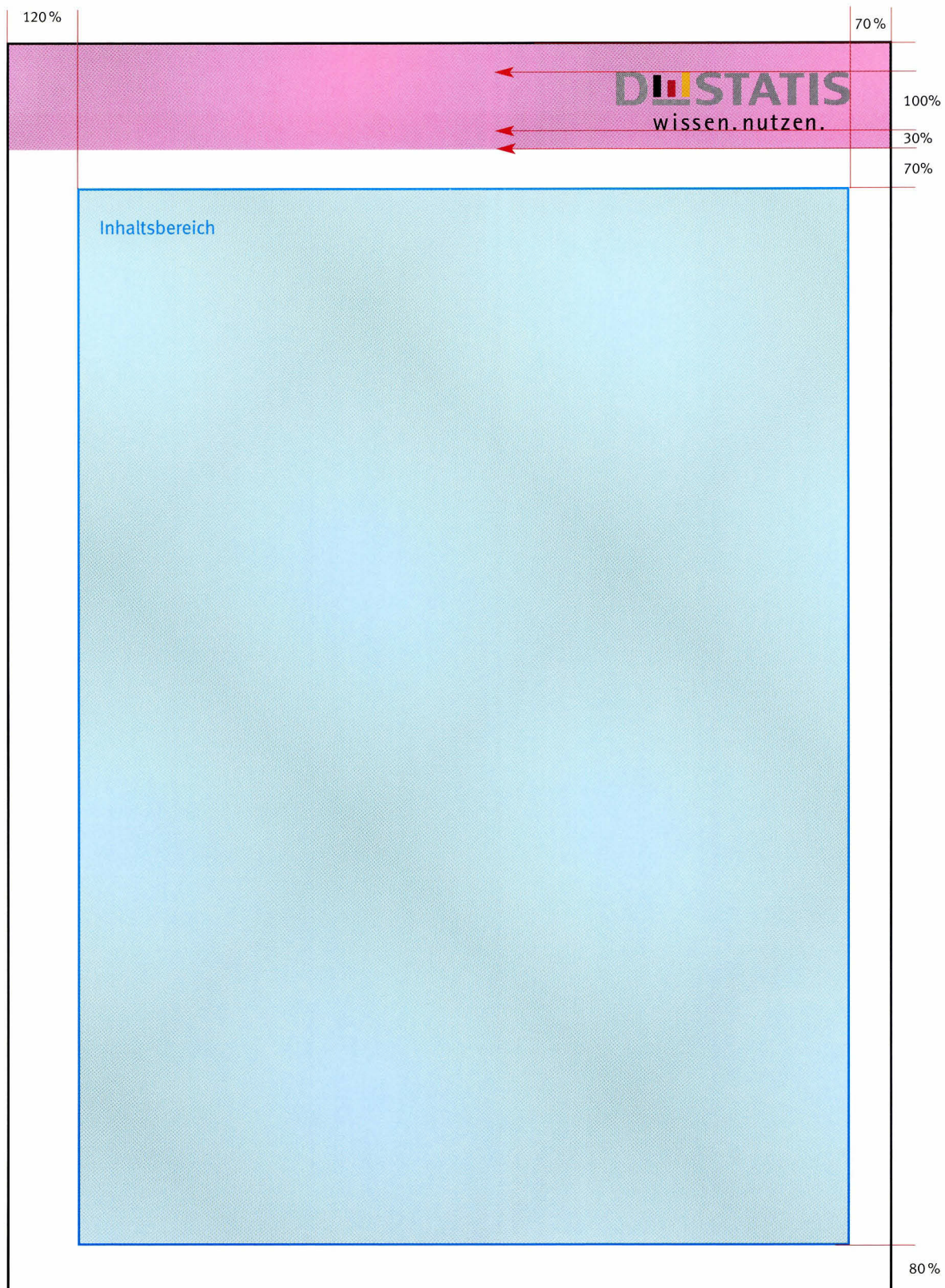
Zum Wirtschaftswachstum 2000 trugen die Ausrüstungsinvestitionen (+ 9,0 %) sowie die sonstigen Anlagen (+ 9,7 %) kräftig bei, dagegen gingen die Bauinvestitionen nach einem leichten Anstieg im Vorjahr (+ 0,5 %) im Berichtsjahr wieder zurück (- 2,5 %). Die privaten Konsumausgaben erhöhten sich real um 1,9 %, die Konsumausgaben des Staates vergleichsweise schwächer (+ 1,3 %). Der reale Außenbeitrag legte 2000 deutlich zu; sein Beitrag zum Wirtschaftswachstum lag bei einem Prozentpunkt.

Infolge der Einnahmen aus der Versteigerung von UMTS-Lizenzen (99,4 Mrd. DM) erzielte der Staatssektor im Jahr 2000 einen Finanzierungsüberschuss von 50,9 Mrd. DM; bezogen auf das Bruttoinlandsprodukt (in jeweiligen Preisen) sind dies 1,3 %.

Der Referenzwert nach dem Maastrichtvertrag liegt bei - 3 %.

Diese und weitere Ergebnisse der „Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen“ können im Internet (<http://www.statistik-bund.de>) abgerufen werden. Außerdem werden in der Fachserie 18 "Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen", Reihe 1.1 "Erste Ergebnisse der Inlandsproduktberechnung", Bestellnummer: 2180110-00700 (Verlag Metzler-Poeschel, Verlagsauslieferung SFG-Servicecenter, Fachverlage GmbH, Postfach 43 43, 72774 Reutlingen, Telefon: 07071/93 53 50, Telefax: 07071/ 93 53 35, E-Mail: staba@s-f-g.com) tiefer gegliederte Ergebnisse veröffentlicht.

Herausgeber: Statistisches Bundesamt Pressestelle, Verbreitung mit Quellenangabe erwünscht	Kontakt: Telefon: +49 (0)611 / 75-3444 Telefax: +49 (0)611 / 75-3976 pressestelle@destatis.de www.destatis.de	Servicezeiten: Mo - Do: 8.00 - 17.00 Uhr Fr: 8.00 - 15.00 Uhr	Postanschrift: 65180 Wiesbaden Deutschland
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------



Allen Drucksachen liegen feste (aber skalierbare) Raster zugrunde. Das oben abgebildete Ausgangsraster A4 hoch ist die Basis für Hochformate bis exklusive dem Quadrat. Es ist die

Grundlage sämtlicher weiterführender Raster wie Titlraster, Rückseitenraster, Rückenraster und Innenseitenraster. Die rosa Fläche kennzeichnet den absoluten Freiraum des Logos.

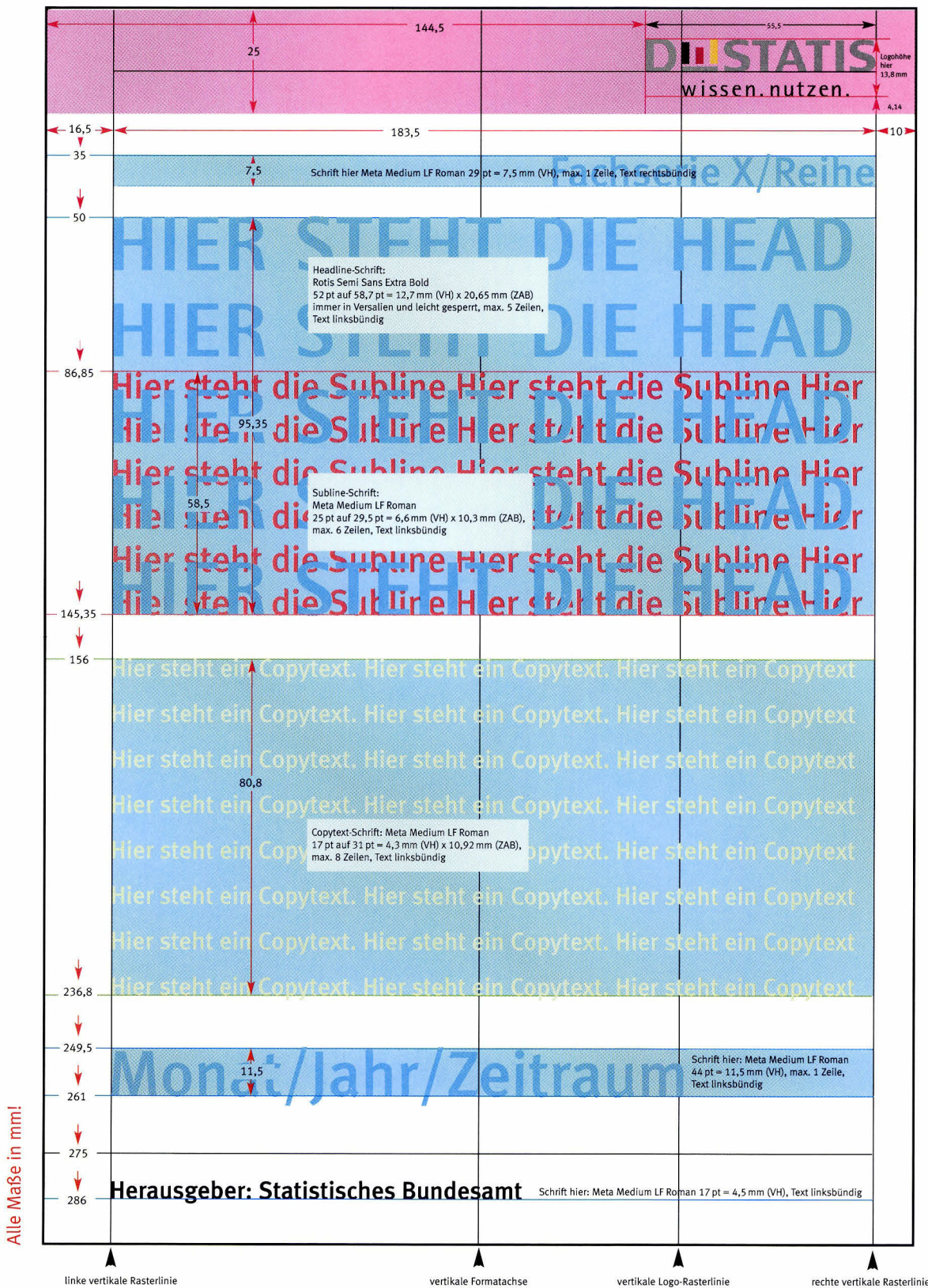
Das blaue Feld umfasst hier den Raum für Inhalte jedweder Art.



Titelseiten sind rechte Seiten. Während Rosa den absoluten Freiraum des Logos bezeichnet, kennzeichnen die blauen bzw. gelben Bereiche Räume für Abbildungen und Texte. Der Kernbereich für Abbildungen kann gemäß den gelben Bildflächen-erweiterungslinien nach oben oder unten

erweitert werden. Die schwarzen Linien sind als Hilfslinien zu betrachten. Sie grenzen einzelne Bereiche voneinander ab und weisen auf Richtachsen der Gestaltung (Typo, Bildbereiche, etc.). Das Titelraster gilt auch für den Innen-/Schmutztitel. Der Innentitel erscheint

jedoch in Schwarz-Weiß. Hier findet ein Schwarz-Weiß-Logo Verwendung, dagegen fehlen Hintergrundfarbe und Abbildungen. Hinweis: Das Raster ist 1:1 auf der beiliegenden CD-ROM enthalten.



Auf das Logo mit seinem Mindestweißraum folgt eine Grau- oder Farbfläche. Beim Innen-/Schmutztitel folgt eine Linie.

Raum für Kategorien (z.B. Fachserie, Reihe, Nummer)

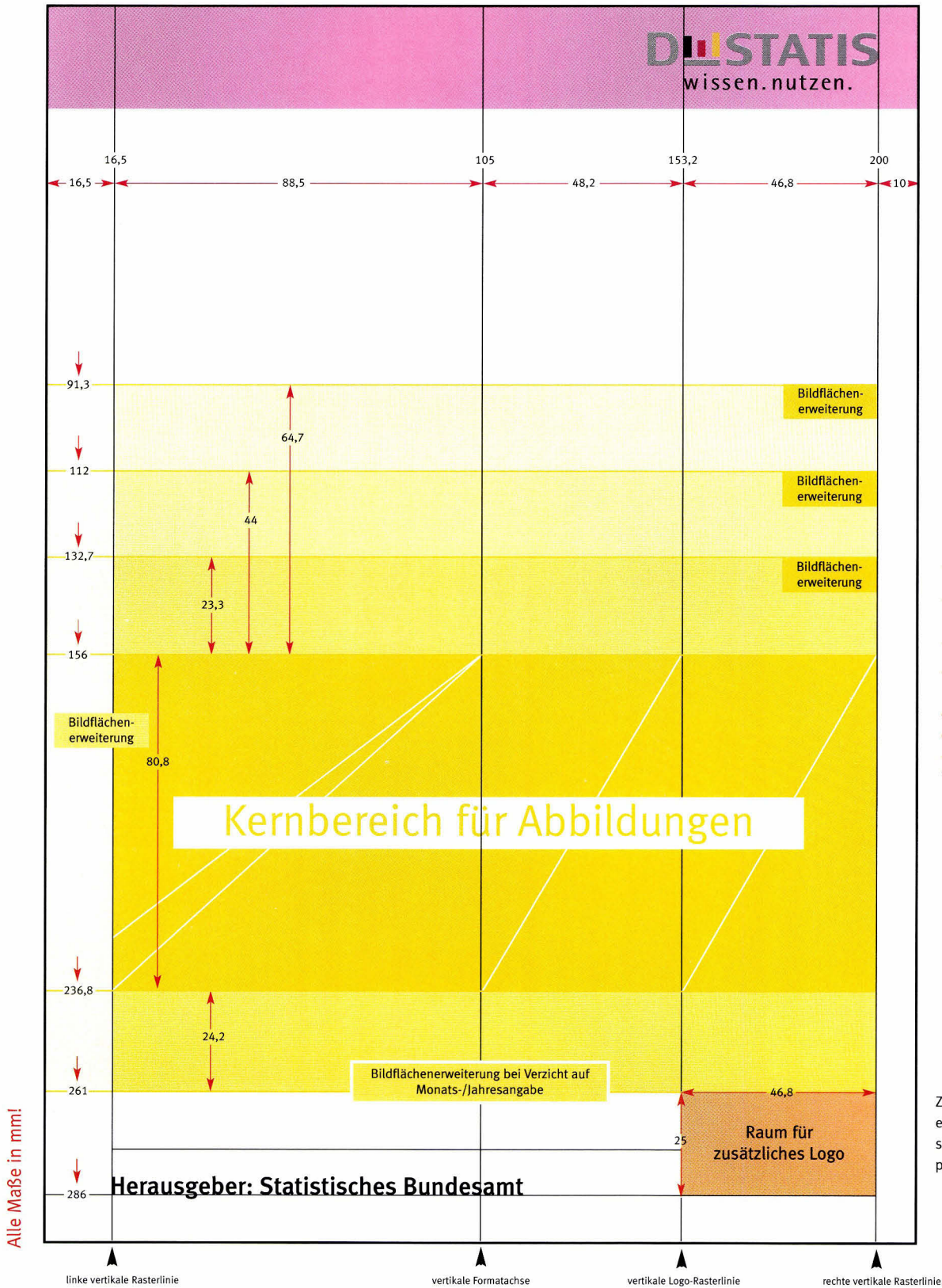
Headlinebereich. Dieser umfasst maximal 5 Zeilen. Die Headline kann in den Sublinebereich laufen, der dann entsprechend verkleinert wird. Ebenso kann der Headlinebereich zu Gunsten einer längeren Subline verkleinert werden.

Sublinebereich. Dieser umfasst maximal 6 Zeilen.

Durch Verkürzung des Kernbereichs für Abbildungen von rechts her in der Horizontalen bzw. durch Verzicht auf Abbildungen, stehen hier im Bedarfsfall weitere 8 Zeilen für zusätzliche Copytexte zur Verfügung.

Raum für Datum/Zeitraumangaben.

Links unten: Raum für Herausgeber.



Die rosa Fläche beschreibt den absoluten Freiraum des Logos.

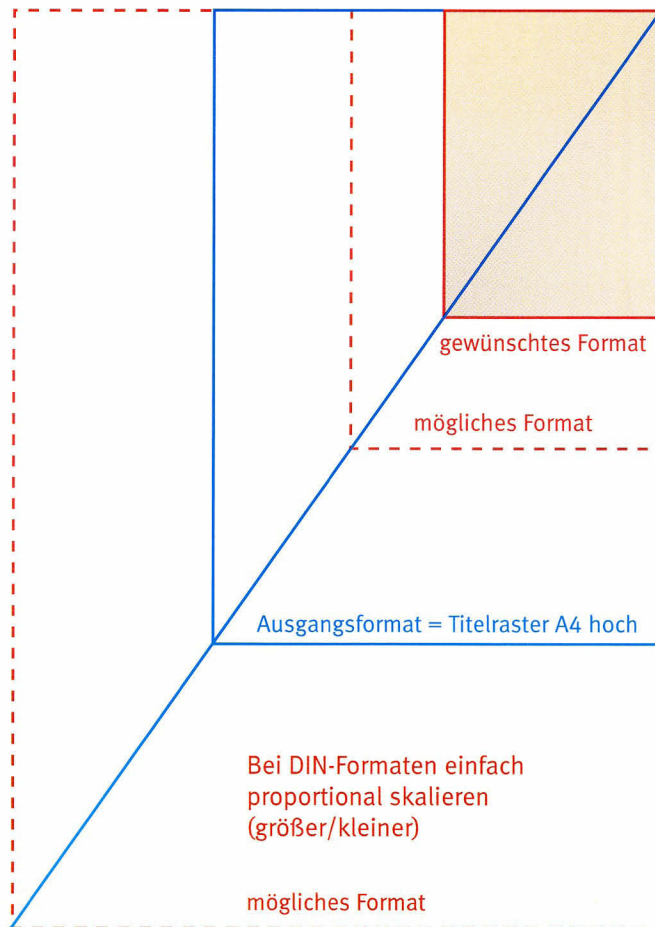
Kernbereich für Abbildungen. Dieser kann in den vorgegebenen Stufen (Bildflächenerweiterung) vertikal und horizontal erweitert werden. Der komplette Verzicht auf Abbildungen zu Gunsten von Text ist möglich.

Ebenso kann der Kernbereich für Abbildungen stufenweise von rechts her in der Breite (entlang der Vertikalachsen) verkürzt werden. Die Platzierung von zusätzlichem Text rechts neben verkürzten Abbildungen ist möglich.

Auch die Platzierung mehrerer Abbildungen nebeneinander ist zulässig (siehe schräge Linienfolge), sofern diese in der Höhe identisch sind.

Zusätzliche Logos (Verlagslogos etc.) sind ausschließlich im nebenstehend definierten Bereich zu platzieren.

A Proportionale (DIN-)Größen, Hochformat



Bei der Erstellung von proportionalen Abformaten werden alle Elemente des Rasters proportional mitskaliert. Das gilt auch für Logo, Typo und Linienstärken.

A Proportionale (DIN-)Größen, Hochformat



Titelseite einer Fachserie mit Verweis auf Nummer und Reihe der Fachserie. Die Headline besteht hier aus zwei Zeilen, ebenso die Subline. Die Abbildung nutzt den Mindestraum im Kernbereich für Abbildungen. Unten findet sich ein Hinweis auf den Erscheinungszeitraum.

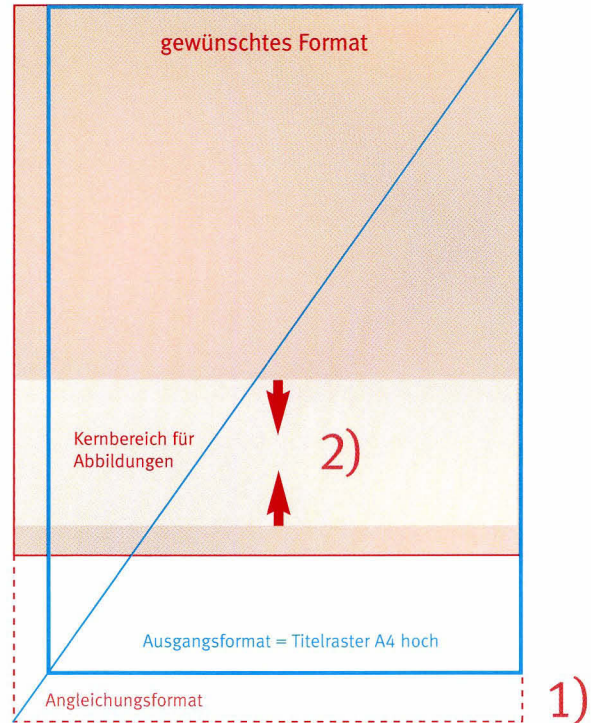
DIN A5 Flyer. Die Headline besteht in diesem Fall aus zwei Zeilen, auf die Subline wurde verzichtet. Die drei Abbildungen stehen im Kernbereich für Abbildungen, der gemäß der vertikalen Bildrasterlinien segmentiert wurde. Links wurde der Bereich bis zum Falz erweitert. Unten findet sich auch hier ein Hinweis auf den Erscheinungszeitraum.



B Bildung von nicht-proportionalen hochformatigen Abformaten exklusive Quadrat

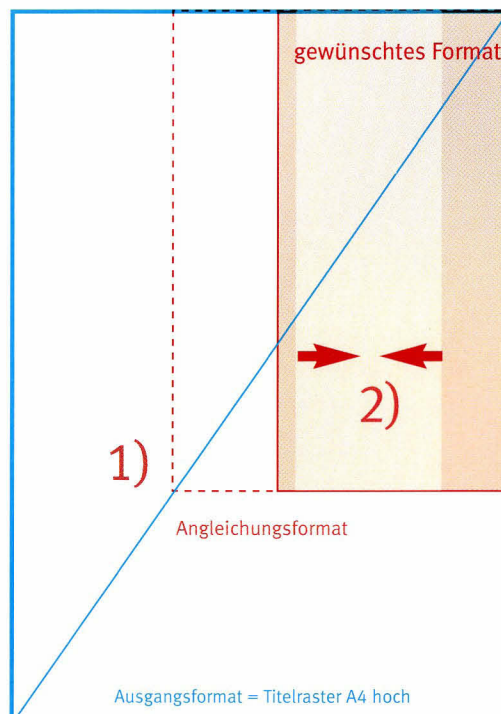
B1 Gewünschtes Format ist im Verhältnis kürzer als das Ausgangsformat, jedoch im Grenzfall höher als ein Quadrat.

- 1) Ausgangsformat proportional auf Breite des gewünschten Formats skalieren (*gestricheltes Angleichungsformat*).
- 2) Anschließend die Höhe des Angleichungsformats verringern durch Reduzierung der Höhe des Kernbereichs für Abbildungen.



B2 Gewünschtes Format ist im Verhältnis länger als das Ausgangsformat.

- 1) Ausgangsformat proportional auf Höhe des gewünschten Formats skalieren (*gestricheltes Angleichungsformat*).
- 2) Anschließend die Breite des Angleichungsformats verringern durch Reduzierung der Breite des Bereichs zwischen linker vertikaler Rasterlinie und vertikaler Logo-Rasterlinie.



Bei der proportionalen Angleichung (**Schritt 1**) werden alle Elemente des Rasters proportional mitskaliert. Das gilt auch für Logo, Typo und Linienstärken.

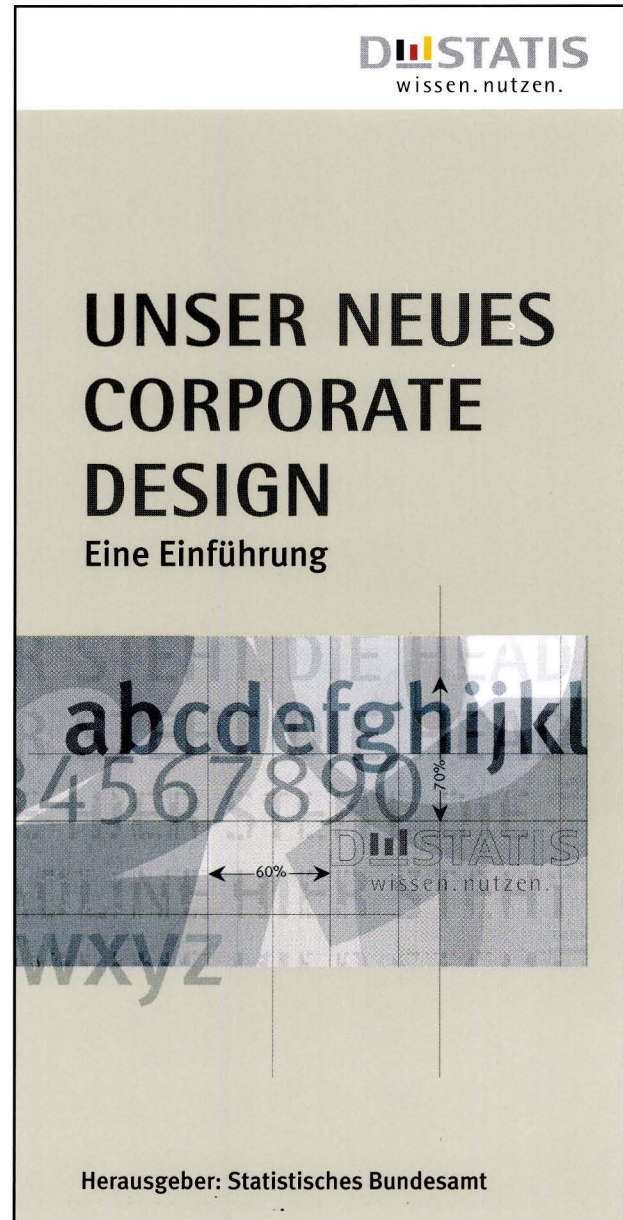
B1 Nicht-proportionales Raster, länger als Titelraster A4 hoch




Abformat Flyer (105 mm x 210 mm) mit horizontaler Verkürzung zwischen linker vertikaler Rasterlinie und vertikaler Logo-Rasterlinie.

Beispielrechnung:

- 1) Proportionale Skalierung auf eine Höhe von 210 mm (= 71%). Angleichungsformat: 148,5 mm x 210 mm.
- 2) Reduzierung der Breite des Angleichungsformats um 43,47 mm auf 105 mm im vorgesehenen Bereich.



Titelseite eines Flyers. Die Headline besteht hier aus drei Zeilen, die Subline aus einer. Die Abbildung nutzt den Kernbereich für Abbildungen, der links bis zum Falz erweitert worden ist.

		 wissen. nutzen.	
<p>Bereich für Bild oder Text 1/2/3/4-spaltig</p> <p>Die Spaltenbreiten ergeben sich aus der verwendeten Copy-Schriftgröße und der Spaltenanzahl: Bei 2 Spalten ist der Spaltenabstand 4x die Versalhöhe (VH) der Copy, bei 3 Spalten = 3x VH, bei 4 Spalten 2x VH</p> <p>Copy-Schrift: Meta Normal LF Roman in 7/8/9 pt, oder für Auszeichnungen: Meta Normal LF Italic bzw. Meta Medium LF Roman. Text in der Regel linksbündig, professionell ausgeglichener Blocksatz nur bei 2 oder mehr Spalten! Schrift für Headlines und Sublines: Meta Medium LF Roman Schriftgröße analog zur Copy oder größer, dann jedoch mindestens 1,5x so groß und höchstens 3x so groß wie die Copy, linksbündig</p>			
Statistisches Bundesamt, Fachserie, Reihe X.X.X., Titel, Jahr Bestell-Nr.: 2053109-95900		Typogröße = Punktgröße wie Rückseitentext 1. Zeile in Meta Normal LF Roman 2. Zeile in Meta Medium LF Roman	

Rückseiten sind rechte Seiten. Im Prinzip basieren die Rückseiten von Publikationen auf deren rechten Innenseiten. Hinzu kommt, dass auf Rückseiten zwingend das Logo in seinem zugewiesenen Bereich stehen muss und gleichzeitig unten links ein

Hinweis auf Herausgeber, Bestellnummer und gegebenenfalls ISBN-Nummer enthalten sein muss. Ansonsten kann der Inhaltsbereich der Rückseite frei genutzt werden. Copytexte auf Rückseiten sind in der Regel linksbündig zu setzen. Bei der Verwendung

von mehr als einer Spalte dürfen Texte auch im Block gesetzt werden, jedoch nur wenn der Blocksatz professionell optisch ausgeglichen wurde. Hinweis: Das Raster finden Sie auf beiliegender CD-ROM.

STATIS
wissen.nutzen.

Das Statistische Jahrbuch 2001 informiert mit seinem umfassenden und zuverlässigen Datenangebot über Zustand und Entwicklung von Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt in der Bundesrepublik Deutschland.

Das Informationsangebot beschränkt sich dabei nicht nur auf Ergebnisse amtlicher Statistiken, sondern beinhaltet auch Informationen aus Ministerien, anderen Behörden und einer Vielzahl von Organisationen und Institutionen aus allen Bereichen unseres gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens.

Der hohe Qualitätsstandard, die eingehende Vergleichbarkeit nationaler und internationaler Daten, das Jahrbuch zu einem uneingeschränkten statistischen Nachschlagewerk, die an einem fundierten und objektiven Bild von Deutschland und der Welt interessiert sind.

Statistisches Bundesamt, Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 2001
Bestell-Nr. 1010110-01700, ISBN 3-8246-0640-2

Die Rückseite wurde großzügig mit drei Textspalten gestaltet. Lediglich im unteren Inhaltsbereich steht ein allgemeiner Text.

STATIS
wissen.nutzen.

Das Statistische Jahrbuch 2001 für Deutschland und das Ausland

Die zwei Bände für die Bundesrepublik Deutschland und das Ausland sind zusammen mit der CD-ROM (s.u.) zum Vorzugspreis von DM 158,-/EUR 80,78 erhältlich.
Bestell-Nr. 1010100-01700
ISBN 3-8246-0639-9



Das Statistische Jahrbuch 2001 auf CD-ROM

Das komplette Statistische Jahrbuch 2001 für das In- und Ausland ist auch zusammen auf CD-ROM erhältlich. Gegenüber den Vorjahresausgaben wird es jetzt im Format Acrobat PDF angeboten, das auf allen Betriebssystemen gelesen werden kann. Der Inhalt kann über eine indizierte Volltextsuche recherchiert werden und es ist ein layoutgetreuer Ausdruck der Seiten möglich. Eine komfortable Übernahme der Daten in Tabellenkalkulationsprogramme ist unter Windows mit der Vollversion von Adobe Acrobat® möglich, die jedoch nicht im Lieferumfang enthalten ist. Die CD-ROM kostet als Einzelplatzversion DM 49,-/EUR 25,05. Gegen einen Aufpreis von DM 49,-/EUR 25,05 kann das Recht zur uneingeschränkten Mehrfachnutzung für den eigenen Gebrauch erworben werden. Es ist schriftlich zu beantragen beim Statistischen Bundesamt, ZB/PVM, 65180 Wiesbaden, Fax: +49 (0)611 / 75-2555



Bestell-Nr. 1010130-01700
ISBN 3-8246-0642-9

Statistisches Bundesamt, Deutschland und die Welt in Zahlen, 2001
Bestell-Nr. 0130100-01700

Die Rückseite eines Flyers. Sie wurde komplett für die eigentlichen Inhalte der Publikation genutzt. Der Text läuft hierbei in zwei Spalten, auch die Abbildungen orientieren sich an den Spalten.

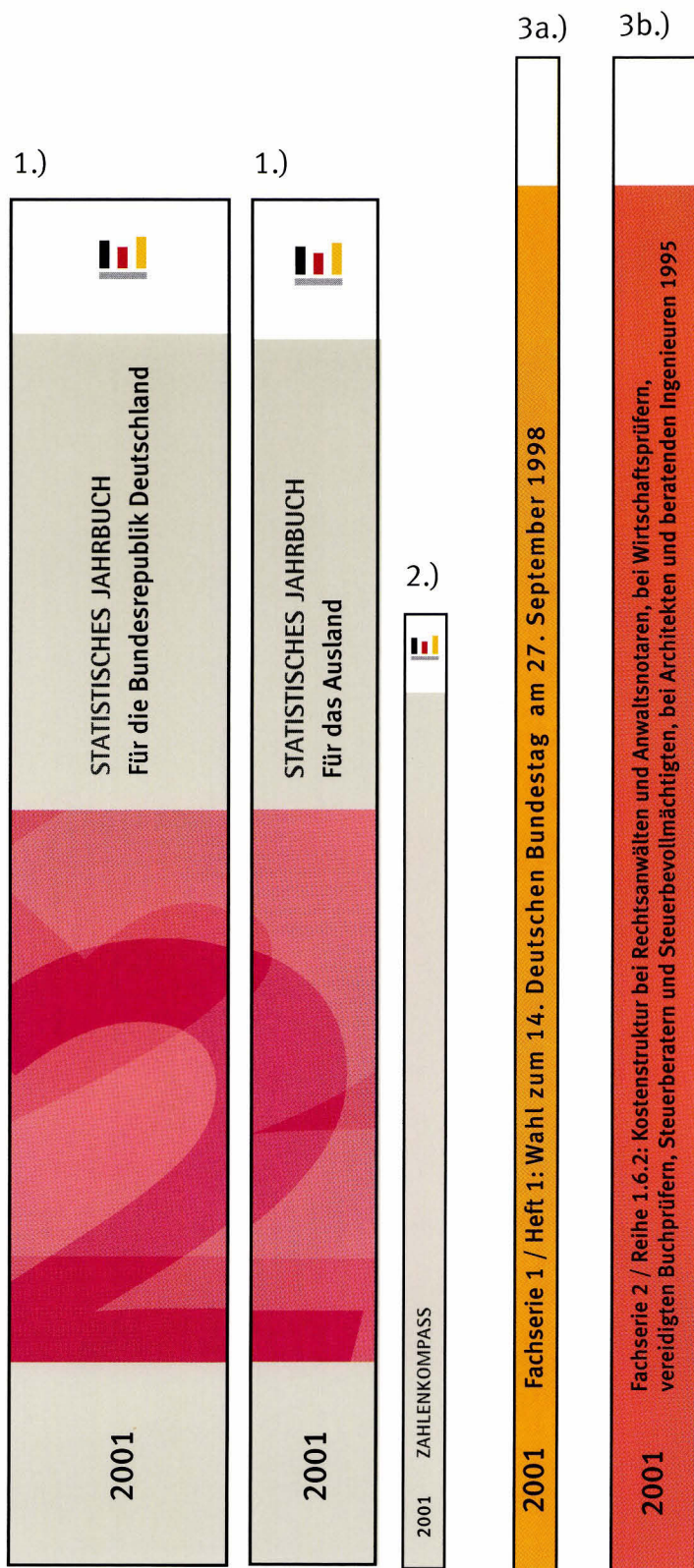
Erstellung des Rückenrasters anhand des Titlerrasters



Das Rückenraster im Verhältnis zum Titlerraster. Sofern es die Rückenbreite zulässt, kann oben das Bildelement erscheinen. Es muss jedoch die gleiche Größe haben wie das Bildelement im Logo auf dem Titel bzw. der Rückseite der Publikation. Die Jahreszahl ist an der vorgegebenen Stelle

immer in 100% Schwarz und in der gleichen Schriftgröße und Typo wie „Herausgeber: Statistisches Bundesamt“ zu setzen. Der Rückentext steht immer linksbündig und vertikal mittig. Er wird immer in Abhängigkeit zu eventuell über den Rücken laufenden Abbildungen positioniert.

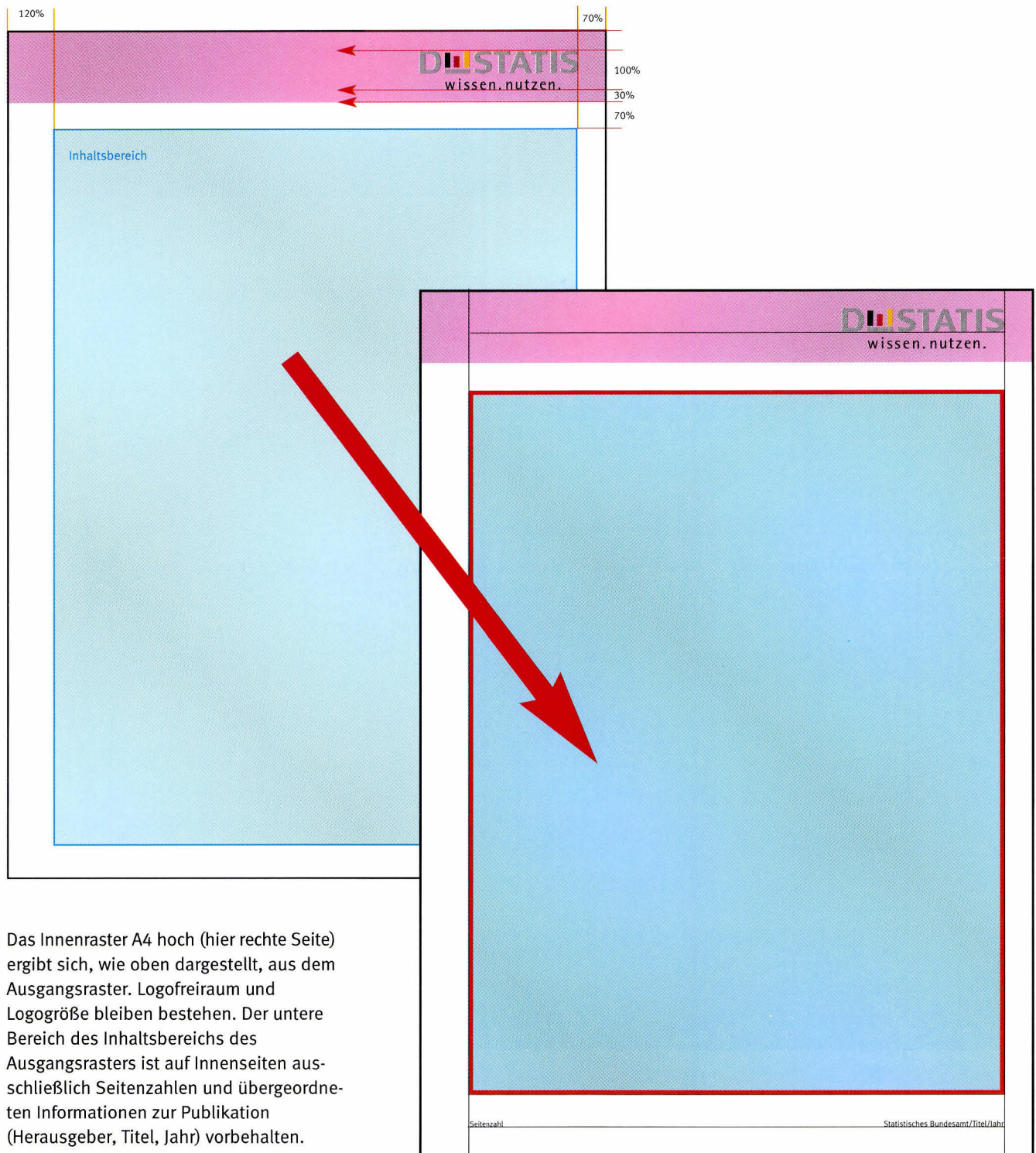
In Schriftart und Typo richtet er sich nach der Titeltypografie und nach dem zur Verfügung stehenden Raum (siehe ausführliche Erklärungen im obigen Raster). Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM!

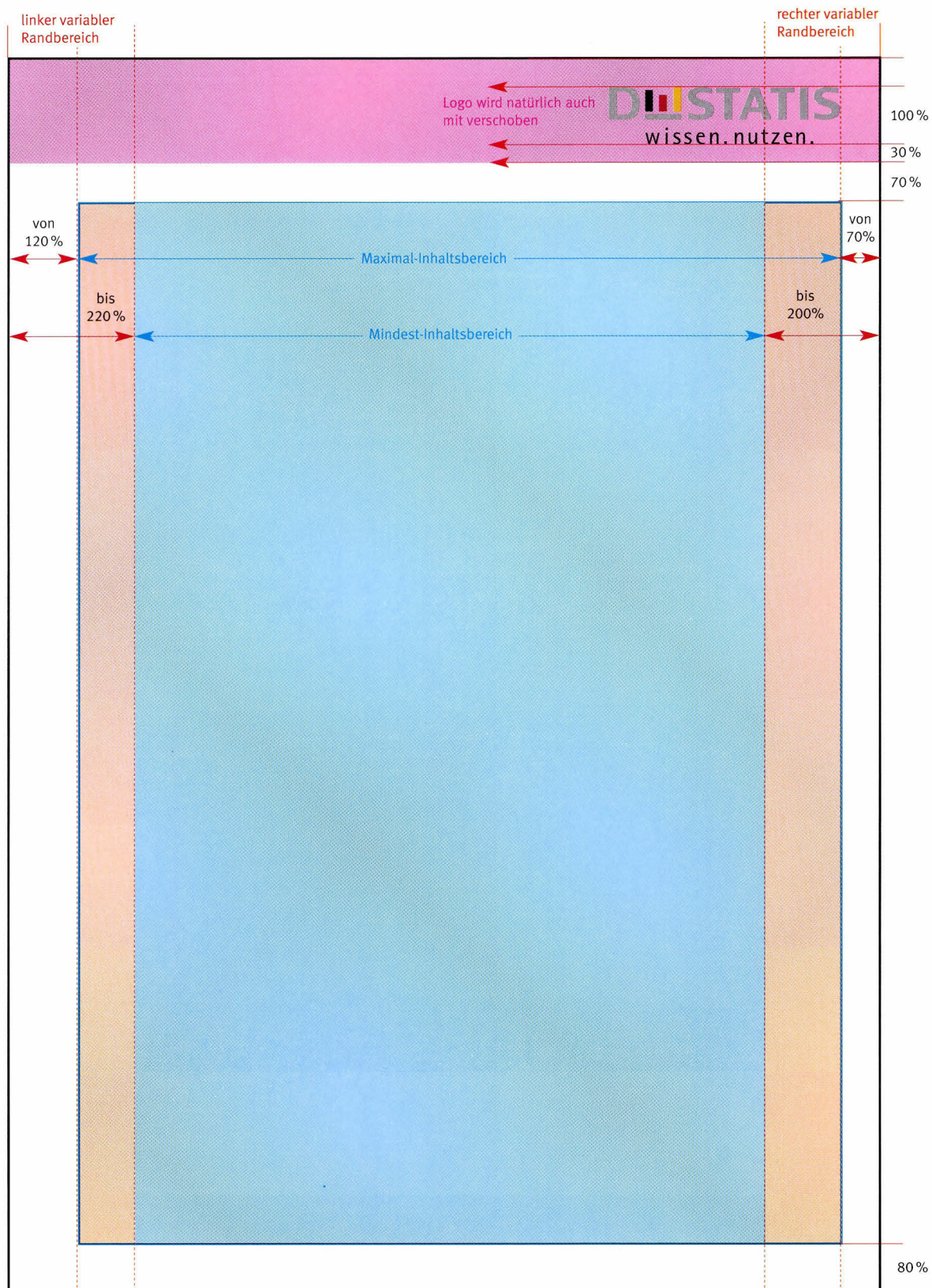


1. Statistisches Jahrbuch. Die Abbildung läuft im nach oben und unten erweiterten Kernbereich für Abbildungen über den Rücken. Darunter steht die Jahreszahl, darüber der Rückentext im definierten Abstand zur Abbildung, ganz oben das Bildelement.

2. Zahlenkompass. Jahreszahl und Bildelement finden Verwendung. Der Rückentext schließt an die unterste mögliche Bildlinie an.

3. Bei Fachserien muss auf den Einsatz des Bildelements verzichtet werden.
3a.) Unten steht die Jahreszahl, der Rückentext schließt an die unterste mögliche Bildlinie an.
3b.) Der Rückentext ist umfangreich, er wird auf die gleiche Weise positioniert.

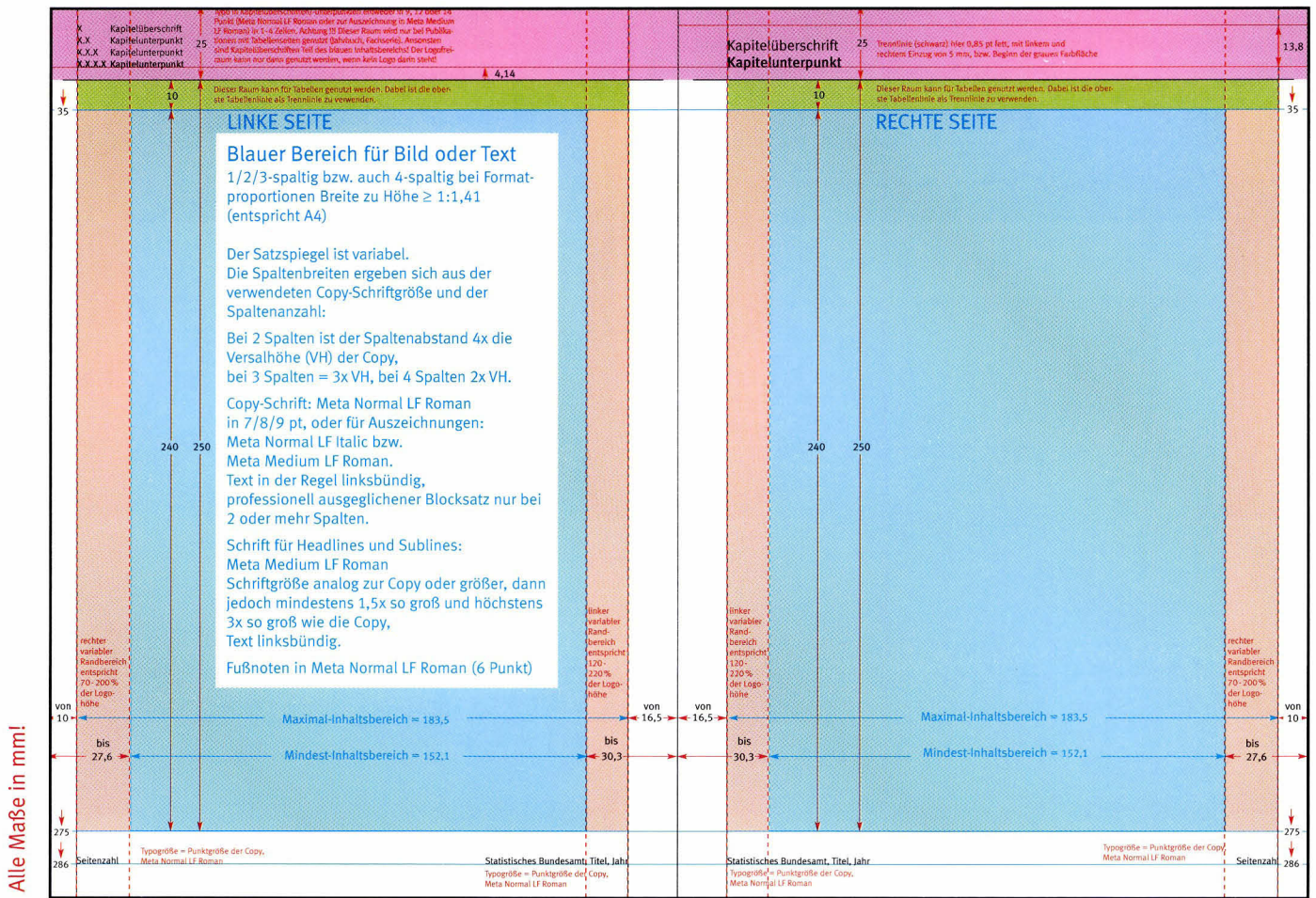




Das Innenraster A4 hoch (hier eine rechte Innenseite) ist im Gegensatz zum Titelseitenraster A4 hoch oder Rückseitenraster A4 hoch leicht modifizierbar. So kann der innere Rand von 120% bis auf 220% der Logohöhe stufenlos verbreitert und der

äußere Rand von 70% auf bis zu 200% der Logohöhe verbreitert werden, was eine Verkleinerung des Inhaltsbereichs zur Folge hat. Grundsätzlich gilt: Eine einmal getroffene Randeinstellung gilt für alle Innenseiten einer Publikation und für

sämtliche Inhalte einer Innenseite, also auch für Logo, Seitenzahlen und Herausgeberzeile.



linke Innenseite

rechte Innenseite

Das Innenraster A4 hoch basiert in den Farbdefinitionen auf dem Titlraster A4 hoch: Blau kennzeichnet hier den Inhaltsbereich für Texte, Bilder oder Tabellen, der rosa gekennzeichnete Freiraum des Logos kann auf Innenseiten entweder für das Destatis-Logo oder für Kapitelüberschriften bzw. Rubriken genutzt werden. An den Logofreiraum kann entweder eine Linie oder eine Grau-/Farbfläche anschließen. Ganzseitige Tabellen müssen auf Innenseiten direkt an die obere Logolinie anschließen (grüner Bereich). Der unterste Bereich ist auf Innenseiten ausschließlich übergeordneten Informationen zur Publikation (Seitenzahlen, Herausgeber, Titel, Jahr) vorbehalten. Copytexte auf Innen-

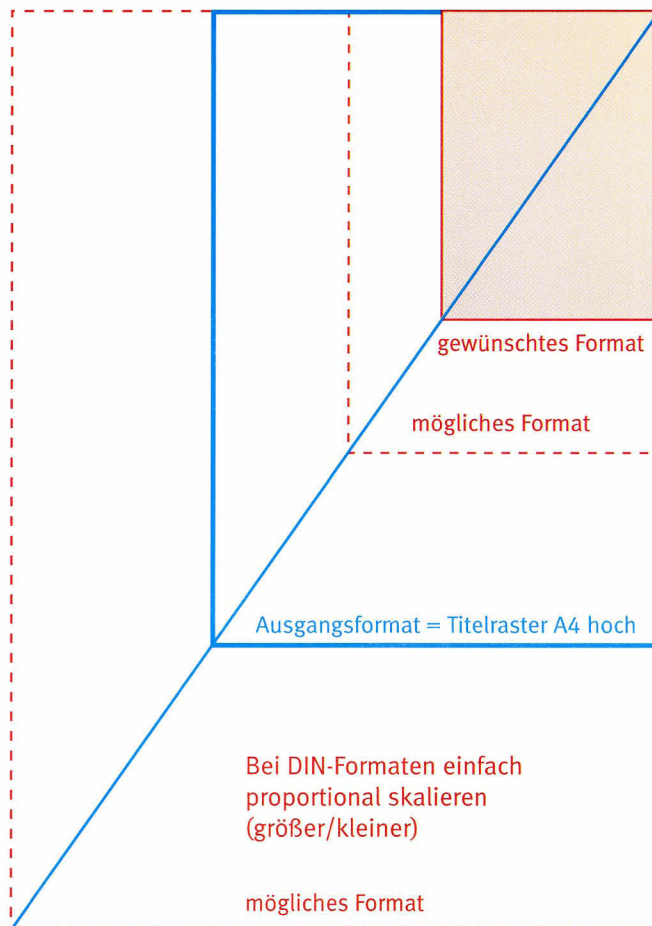
seiten sind in der Regel linksbündig zu setzen, lediglich bei der Verwendung von mehr als einer Spalte darf Blocksatz eingesetzt werden, jedoch nur wenn dieser professionell optisch ausgeglichen wurde. Zur Spalteneinteilung ist zunächst Format bzw. Abformat der Publikation zu bestimmen. Daraufhin wird die gewünschte Größe der Copy festgelegt und schließlich definiert, wie viele Spalten benötigt werden. Von diesen Faktoren hängt der Spaltenabstand ab: Bei der Verwendung von 2 Spalten entspricht der Spaltenabstand der 4-fachen Versalhöhe der Copy, bei 3 Spalten der 3-fachen und bei 4 Spalten der 2-fachen Versalhöhe der Copy. Beispiel: Bei Meta Normal LF Roman 7 pt

(Versalhöhe = 1,87 mm) beträgt der Spaltenabstand bei 4 Spalten $1,87 \text{ mm} \times 2 = 3,74 \text{ mm}$. Abschließend werden die Spalten gleichmäßig eingeteilt.

Hinweis: Doppelseiten sind immer spiegelbildlich anzulegen!

Hinweis: Das Raster in Originalgröße finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM.

A Proportionale (DIN-)Größen, Hochformat



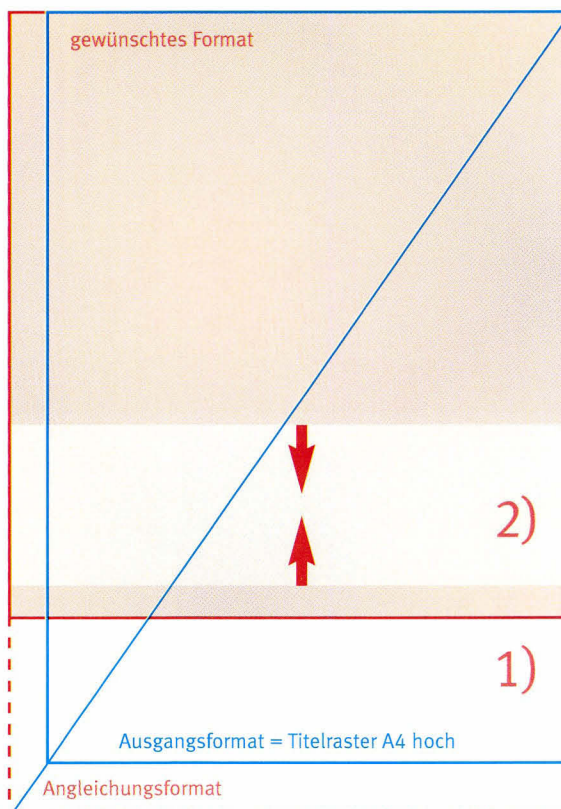
Bei der Erstellung von proportionalen Abformaten werden alle Elemente des Rasters proportional mitskaliert. Das gilt auch für Logo und Linienstärken.

Achtung: Die Schriftgrößen werden bei Innenseiten nicht mitskaliert, da sie fest definiert sind.

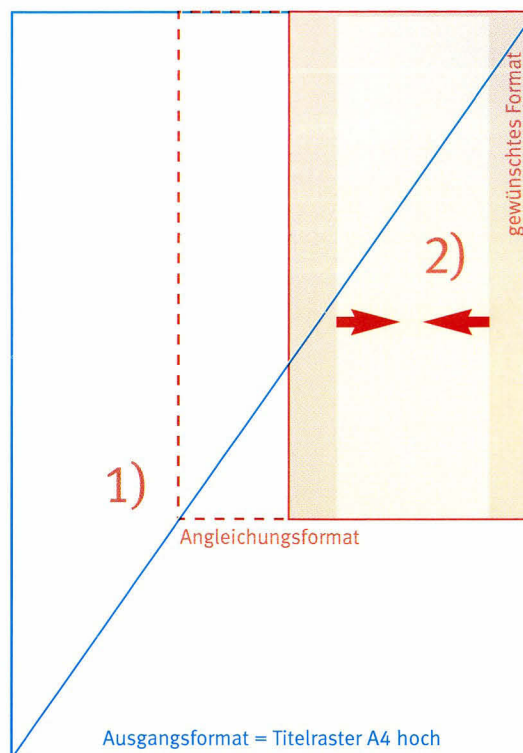
Die Einteilung der Spalten erfolgt immer nach der Skalierung.

B Bildung von nicht-proportionalen Abformaten exklusive Quadrat

- B1** Gewünschtes Format ist im Verhältnis kürzer als das Ausgangsformat, jedoch im Grenzfall höher als ein Quadrat.
- 1) Ausgangsformat proportional auf Breite des gewünschten Formats skalieren (**gestricheltes Angleichungsformat**).
 - 2) Anschließend die Höhe des Angleichungsformats verringern durch Reduzierung der Höhe des Raums für Inhalte (blaue Fläche).



- B2** Gewünschtes Format ist im Verhältnis länger als das Ausgangsformat.
- 1) Ausgangsformat proportional auf Höhe des gewünschten Formats skalieren (**gestricheltes Angleichungsformat**).
 - 2) Anschließend die Breite des Angleichungsformats verringern durch Reduzierung der Breite des Raums für Inhalte (blaue Fläche). Im Anschluss daran die Spalten (1, 2 oder 3 Spalten) neu einteilen.



Bei der proportionalen Angleichung werden alle Elemente des Rasters proportional mitskaliert. Das gilt auch für Logo und Linienstärken.

Achtung: Die Schriftgrößen werden bei Innenseiten nicht mitskaliert, da sie fest definiert sind.

Die Einteilung der Spalten erfolgt immer nach der Skalierung.

Publikationen Innenraster A4 hoch - Beispiel für nicht-proportionales Abformat

Kapitelüberschrift
X.XX Kapitelunterpunkt
X.XX.XX Kapitelunterpunkt
X.XX.XX.XX Kapitelunterpunkt

Typo in Kapitelüberschriften/Unterpunkten entweder in 9, 12 oder 14 Punkt (Meta Normal LF Roman oder zur Auszeichnung in Meta Medium LF Roman) in 1,4 Zeilen. Achtung!!! Dieser Raum wird nur bei Publikationen mit Tabellenbeschriftungen genutzt (Buchrück, Fachdruck). Ansonsten sind Kapitelüberschriften Teil des blauen Satzspiegels! Raum kann nur dann genutzt werden, wenn kein Logo darin steht!

Kapitelüberschrift
Kapitelunterpunkt

Trennlinie (schwarz) hier 0,85 pt fett, mit linkem und rechtem Einzug von 5 mm

Blauer Bereich für 2-spaltigen Text

Copy-Schrift: Meta Normal LF Roman
in 7/8/9 pt, oder für Auszeichnungen:
Meta Normal LF Italic bzw.
Meta Medium LF Roman,
Text linksbündig.

Schrift für Headlines und Sublines:
Meta Medium LF Roman
Schriftgröße analog zur Copy oder größer,
dann jedoch mindestens 1,5x so groß und
höchstens 3x so groß wie die Copy.
Text linksbündig.

Fußnoten in Meta Normal LF Roman
(6 Punkt)

Dieser Raum kann für Tabellen oder Bilder genutzt werden. Dabei ist die oberste Tabellenlinie als Trennlinie zu verwenden.

Seitenzahl Typografie = Punktgröße der Copy, Meta Normal LF Roman

Statistisches Bundesamt/Titel/Jahr

Typografie = Punktgröße der Copy, Meta Normal LF Roman

Statistisches Bundesamt/Titel/Jahr

Typografie = Punktgröße der Copy, Meta Normal LF Roman

Seitenzahl

Typografie = Punktgröße der Copy, Meta Normal LF Roman

linke Seite

rechte Seite

20 Finanzen und Steuern
20.0 Vorbemerkungen

Finanzen im Rahmen der Finanzstatistik werden jährlich die Ausgaben und Einnahmen, die Schulden der öffentlichen Haushalte sowie die jahresabschlussweise öffentlich besessenen Fonds, Einrichtungen und wirtschaftlichen Unternehmen nachgewiesen. Die Erfassung der Ausgaben und Einnahmen erfolgt in Verbindung mit der Haushaltsaufstellung, dem Haushaltsabgrenzung und der Rechnungslegung durch Anwendung der Haushalts- und Finanzregeln (Planstellen, der steteffizienten und monatlichen Kassenabschlüsse (Kassenverläufe)) sowie der abgeschlossenen Jahresrechnungen nach erfolgter Rechnungslegung (Rechnungsperiode). Der Stand der öffentlichen Schulden wird mit den Veränderungen im Laufe der Berichtsperiode vierteljährlich und jährlich erfasst.

Bei der Darstellung der Ausgaben und Einnahmen sind die Berichtskreise unterschiedlich abgegrenzt. Plandaten (Tabelle 20.1 und 20.2) und Rechnungsperiode (Tabelle 20.1 und 20.2) umfassen neben den o.a. öffentlichen Haushalten auch Finanzdaten des Bundesvermögens, des Eintragsgeldfonds, des Ausgleichsfonds, des Sozialversicherungsfonds (bis 1999 einschließl. Pflegeversicherung), sowie der kommunalen Zweckverbände. Die Daten der Krankenkassen mit kaufmännischem Rechnungswesen und der Träger der Zusatzversicherung des Bundes, der Länder, der Gemeinden und Gemeindeverbände werden in Anpassung an die neue Abgrenzung des Statistikkreis in den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen ab dem Berichtsjahr 1998 nicht mehr den öffentlichen Haushalten zugeordnet. In den langen Reihen der Rechnungsperiode (Tabelle 20.1) wird das Jahr 1997 doppelt, einzeln, und ohne Krankenkassen mit kaufmännischem Rechnungswesen sowie einzeln, und ohne Träger der Zusatzversicherung des Bundes, der Länder, der Gemeinden und Gemeindeverbände dargestellt, um die 1998 Werte mit dem Vorjahr vergleichen zu können. Tabelle 20.3 enthält darüber hinaus monatliche Kassenverläufe (Quartale) für alle 16 Länderhaushalte.

Die Tabellen beziehen sich ab 1992 auf Deutschland, 1991 (Tabelle 20.1 bis 1990) erstrecken sich nur auf die Daten für westdeutschen Haushalte. Bsp. Sondervermögen, Sozialversicherung auf Deutschland, da nach keine vollständigen Angaben über die öffentlichen Haushalte der neuen Länder vorliegen (Ausnahme: Tabelle 20.1.3), in der Finanzstatistik der Länder ab 1991 Berlin insgesamt enthalten die Aufteilung des Haushalts in den Ost- und Westteil der Stadt ist Finanzstatistik nicht möglich. Die Ergebnisse sind daher mit den Vorjahren nur eingeschränkt vergleichbar.

Die Zeitreihe in den Tabellen 20.1.1 und 20.1.2 weist 1976 einen weiteren Bruch auf, da bis 1973 nur die Gesamtdaten für westdeutschen Haushalte erfasst wurden.

Die Gliederung der öffentlichen Ausgaben und Einnahmen beschränkt sich bei den Plandaten und Kassenverläufen auf Finanz- und gesamtwirtschaftlich bedeutsame Arten. Eine vollständige Aufgliederung nach Ausgaben- und Einnahmenseiten und nach Aufgabenbereichen wird bei den Rechnungsperiodenergebnissen vorgenommen. Bei den Ausgaben- und Einnahmenseiten sind unter gesamtwirtschaftliche Gesichtspunkten zwischen laufender Rechnung (laufenden Verträgen), Kapitalrechnung (Vermögensgegenständen Finanzanlagen) und besonderen Finanzierungsgegenständen (sondersonderberichtigten Transaktionen zum Haushaltszweck) unterschieden. Zur Aufgliederung zählen alle Ausgaben und Einnahmen, die im Rahmen des Verwaltungsvollzugs sowie des Betriebs von Einrichtungen und

Analysen anfallen und nicht vermögenswirksam sind (Personalangelegenheiten, laufender Sachaufwand, Zinsausgaben bzw. -einnahmen, Zuweisungen und Zuschüsse für laufende Zwecke, Gebührenerhebungen und Steuern). Die Kapitalrechnung umfasst alle Ausgaben und Einnahmen, die eine Vermögensänderung herbeiführen oder der Finanzierung von Investitionen dienen und keine absondernden Finanzierungsvorgänge darstellen (Baumaßnahmen, Erwerb und Veräußerung von Vermögen, Zuweisungen und Zuschüsse für Investitionen, sonstige Vermögensübertragungen, Darlehensgewährungen und -rückflüsse). Die Zahlungen zwischen den öffentlichen Haushalten werden bei der Zusammenfassung zu Haushaltsbereichen bzw. zum öffentlichen Gesamthaushalt zur Vermeidung von Doppelzählungen ausgeschaltet. Die Ausgaben- und Einnahmensummen der einzelnen Haushaltsbereiche lassen sich deshalb nicht zum Gesamtgegensatz addieren.

Die Differenz zwischen den bereinigten Ausgaben und Einnahmen ergibt den Finanzierungssaldo (zusätzlich bzw. abzüglich des Saldo der haushaltsstatistischen Verrechnungen). Als finanzieller Abschluss wird der Finanzierungssaldo zu bzw. abzüglich der besonderen Finanzierungsvorgänge bezeichnet.

Als besondere Finanzierungsvorgänge sind periodenübergreifende Transaktionen zum Haushaltszweck (Schuldenaufnahme und -tilgungen am Verdrämmt, Inne- und Außenfinanzierungen, Entnahmen aus und Zuführungen in Rücklagen, Abwicklungen von Überschüssen und (Fehl)beständen aus Vorjahren) nachgewiesen.

Für die Darstellung ökonomischer Aufgabenbereiche (Tabelle 20.1.3, 20.2.3 und 20.3) werden die Nettoausgaben ausgewiesen; sind die bereinigten Ausgaben abzüglich der Zahlungen von anderen öffentlichen Bereichen. Sie zeigen die aus eigenen Einzahlungsquellen der jeweiligen Haushaltsbereiche resultierenden Ausgaben (Finanzierungs- oder Bedarfsvorgänge).

Im Interesse einer einheitlichen Darstellung müssen in der Rechnungsperiode die Daten über die Sozialversicherung bei der statistischen Aufbereitung auf das Ausgaben- und Einnahmenschema der öffentlichen Haushalte umgerechnet werden. Sie sind daher nicht ohne weiteres mit den in Abschnitt 19 dargestellten Ergebnissen der Sozialversicherungsträger vergleichbar.

Die Daten über die Schulden der öffentlichen Haushalte (Tabelle 20.3) beziehen sich jeweils ab 1991 auf Deutschland.

Der Schuldenstand und die Schuldentilgung werden nach einzelnen Schuldnern gegliedert (Tabelle 20.2 und 20.3).

Kreditmarktschulden im engeren Sinne sind alle bei inländischen Kreditinstituten, Individualversicherungen, Bausparkassen, der Sozialversicherung sowie im Ausland direkt aufgenommenen Darlehen und die Wertpapierschulden wie Anleihen, Bundesanleihen, Schatzanweisungen und Kassenobligationen. Die Kreditmarktschulden im weiteren Sinne beziehen auch die Ausleihschulden mit ein, die im Zuge der Währungsreform 1948 den Banken, Bausparkassen und Versicherungsgesellschaften gegenüber den öffentlichen Haushalten eingetragten wurden und seit 1956 von Bund und Ländern regelmäßig zu festen Sätzen getilgt werden.

Die Daten über die öffentlichen Haushalte (Tabelle 20.1) sind in der Über- und Unterrechnung der Kassenverläufe (Tabelle 20.1.1) und der über- und unterjährigen Kassenverläufe (Tabelle 20.1.2) dargestellt. Die über- und unterjährigen Kassenverläufe (Tabelle 20.1.1) sind in der Über- und Unterrechnung der Kassenverläufe (Tabelle 20.1.1) und der über- und unterjährigen Kassenverläufe (Tabelle 20.1.2) dargestellt. Die über- und unterjährigen Kassenverläufe (Tabelle 20.1.1) sind in der Über- und Unterrechnung der Kassenverläufe (Tabelle 20.1.1) und der über- und unterjährigen Kassenverläufe (Tabelle 20.1.2) dargestellt.

19. Sozialleistungen
19.16 Jugendhilfe
19.16.2 Beendete Erzieherische Hilfen außerhalb des Elternhauses 1998 nach Dauer der Hilfe

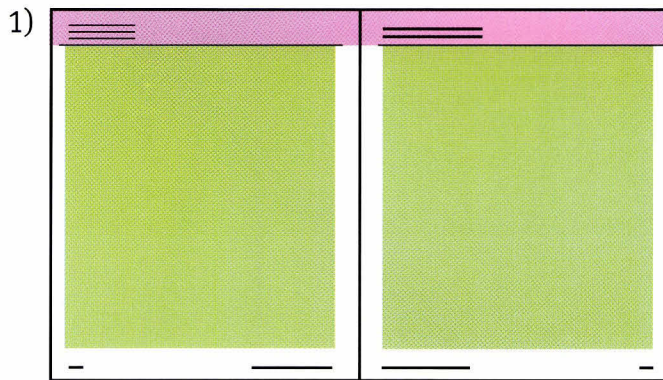
Gegenstand der Nachweisung	Junge Menschen insgesamt	Davon mit einer Dauer der Hilfenabgrenzung von ... bis unter ...										Durchschnittl. Dauer in Monaten
		unter 3 Monaten	3-6 Monaten	6-12 Monaten	1-2 Jahren	2-3 Jahren	3-5 Jahren	5-7 Jahren	7-10 Jahren	10 und mehr Jahren		
Erziehung in einer Tagesgruppe												
Männlich	4.062	301	149	741	1.180	825	527	98	39	2	22	
Weiblich	1.607	132	166	260	446	295	229	49	14	3	27	
insgesamt	5.665	433	315	1.010	1.626	1.120	756	147	53	5	49	
Alter von ... bis unter ... Jahren												
1-3	22	10	3	9	9	—	—	—	—	—	5	
3-6	96	22	17	29	21	3	—	—	—	—	9	
6-9	255	36	44	61	67	32	12	2	—	—	14	
9-12	774	104	88	194	196	82	33	6	1	—	15	
12-15	1.929	129	181	340	395	400	224	18	2	—	20	
15-18	1.900	107	147	279	349	420	310	68	18	2	24	
18 und mehr	274	25	35	98	188	140	159	69	29	2	31	
unter 18	25	—	—	8	2	7	4	3	1	—	51	
18 und mehr	5.640	433	315	1.010	1.618	1.118	749	143	50	4	22	
insgesamt	25	—	—	8	2	7	4	3	1	—	31	
Vollzeitpflege in einer anderen Familie												
Männlich	4.466	595	345	421	677	572	572	398	284	602	50	
Weiblich	4.934	634	382	327	630	548	603	373	283	554	47	
insgesamt	9.000	1.229	727	748	1.307	1.120	1.175	771	567	1.156	49	
Alter von ... bis unter ... Jahren												
1-3	272	161	69	39	12	—	—	—	—	—	3	
3-6	1.110	197	132	157	233	204	167	20	—	—	19	
6-9	1.029	261	110	145	173	181	156	31	—	—	27	
9-12	1.047	138	85	137	160	167	100	109	88	23	34	
12-15	1.241	283	96	125	166	153	142	115	86	106	41	
15-18	1.858	159	123	193	261	201	246	185	164	138	59	
18 und mehr	207	14	15	52	109	139	265	205	189	580	100	
unter 18	7.827	415	312	389	616	509	679	535	369	457	35	
18 und mehr	1.782	14	15	53	131	138	296	236	200	699	105	
insgesamt	9.609	429	327	442	747	647	975	771	567	1.156	49	
Heimerziehung; sonstige betreute Wohnform												
Männlich	14.105	1.733	1.422	2.090	2.838	1.869	2.211	883	564	495	31	
Weiblich	11.253	1.467	1.256	1.878	2.380	1.571	1.559	581	372	269	22	
insgesamt	25.358	3.200	2.678	3.968	5.218	3.440	3.770	1.464	936	764	29	
Alter von ... bis unter ... Jahren												
1-3	211	73	64	55	19	2	—	—	—	—	5	
3-6	608	92	69	99	115	27	—	—	—	—	11	
6-9	721	175	100	154	149	83	33	7	—	—	13	
9-12	1.024	169	146	196	247	136	100	31	16	—	18	
12-15	1.949	291	243	299	466	261	260	85	34	10	22	
15-18	3.983	438	336	672	747	436	460	174	95	30	21	
18 und mehr	8.807	1.472	1.113	1.659	1.861	1.062	897	352	237	157	23	
unter 18	7.400	294	206	290	449	267	262	637	438	433	42	
18 und mehr	1.145	16	19	44	131	168	397	178	118	134	62	
insgesamt	17.113	3.110	2.273	3.134	3.594	2.005	1.771	649	380	197	21	
insgesamt	8.545	310	405	834	1.624	1.435	1.999	815	556	567	44	
Intensive sozialpädagogische Einzelbetreuung												
Männlich	345	73	95	128	152	53	43	1	—	—	14	
Weiblich	317	65	70	118	147	64	49	4	—	—	16	
insgesamt	662	138	165	246	299	117	92	5	—	—	30	
Alter von ... bis unter ... Jahren												
1-3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
3-6	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
6-9	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
9-12	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
12-15	24	11	6	7	—	—	—	—	—	—	4	
15-18	417	88	101	108	93	18	9	—	—	—	9	
18 und mehr	545	37	56	120	186	83	55	4	—	—	18	
unter 18	80	2	—	11	20	16	28	1	—	—	29	
18 und mehr	441	95	107	115	92	18	9	—	—	—	19	
insgesamt	621	39	58	131	206	99	83	5	—	—	47	

Innenseite des Statistischen Jahrbuchs. Wie bei der Titelseite des Jahrbuchs fand die nicht-proportionale Verkürzung in der Höhe statt. Der obere Seitenbereich (die eigentliche Freiraumzone des Logos) wurde für Kapitelüberschriften bzw. Rubriken genutzt.

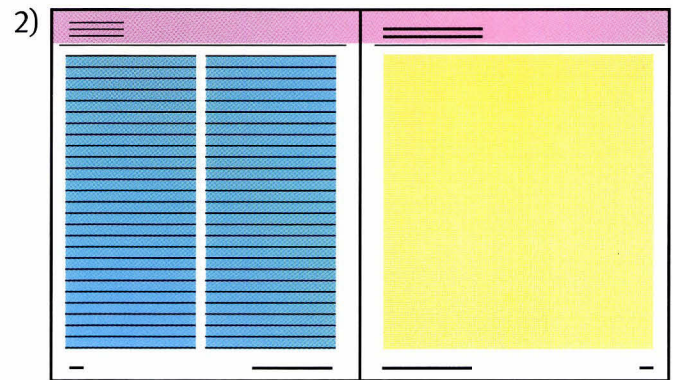
Die Innenseiten sind spiegelbildlich angelegt: Der Inhaltsbereich wurde dem Titelraster der Publikation angepasst: Die Randbreiten des Titels wurden übernommen. Auf der linken Innenseite wurde hier der Inhaltsbereich vollständig für zwei Spalten Text genutzt, auf der rechten

Innenseite befindet sich in diesem Beispiel eine ganzseitige Tabelle. Sie schließt an die obere Trennlinie an.

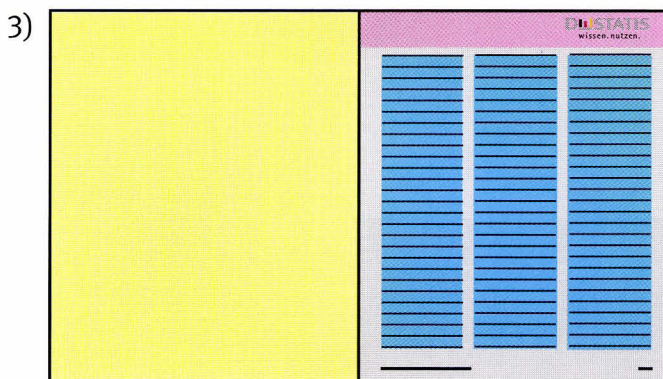
Innenraster A4 hoch - Beispiele für den Einsatz von Bildern, Texten und Tabellen



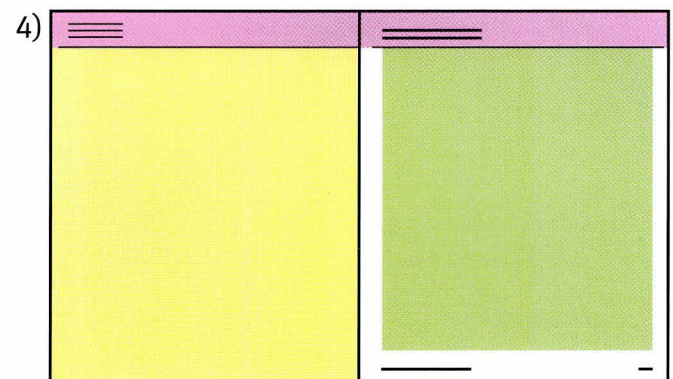
Auf beiden Seiten befinden sich ganzseitige Tabellen.



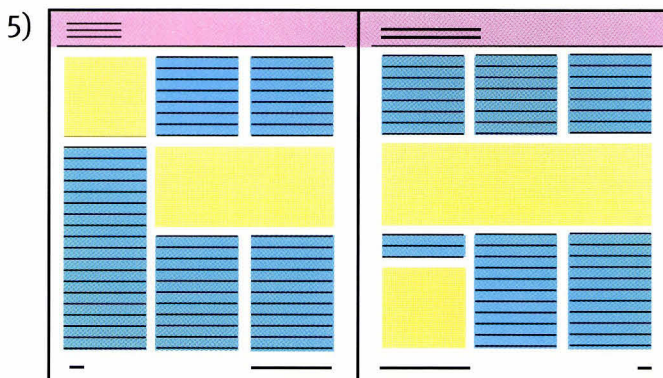
Links befindet sich ein 2-spaltiger Text, rechts steht eine Abbildung im Inhaltsbereich.



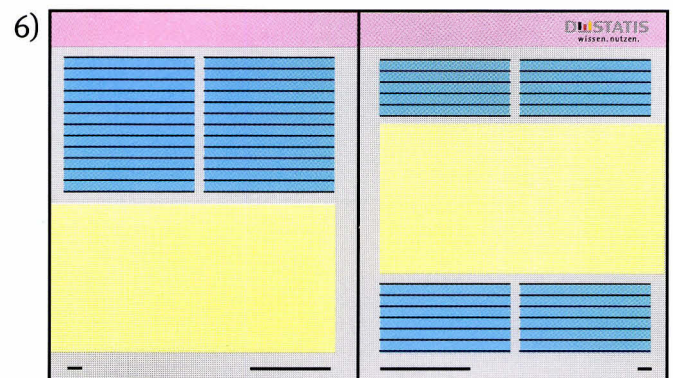
Links befindet sich eine Abbildung (jeweils bis in den Beschnitt), rechts steht ein 3-spaltiger Text auf farbigem Hintergrund.



Rechts wird der Inhaltsbereich für eine 1-spaltige Tabelle genutzt, links befindet sich eine Abbildung – sie grenzt an den Logofreiraum an und geht auf drei Seiten in den Beschnitt.



Der Text ist auf beiden Seiten 3-spaltig gesetzt, die Abbildungen stehen teilweise in den Spalten, teilweise überspannen sie diese auch.



Der Text ist auf beiden Seiten 2-spaltig gesetzt, beide Abbildungen orientieren sich am Innenrand, überspannen die Spalten und gehen nach außen in den Beschnitt. Beide Seiten haben eine Hintergrundfarbfläche.

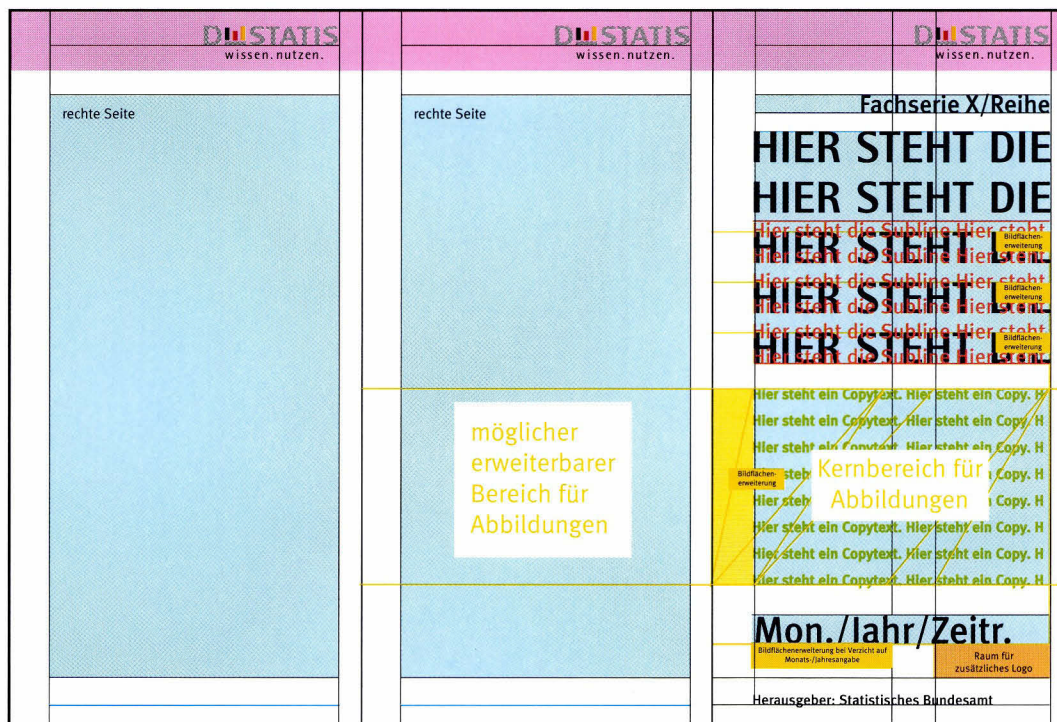
Die oben gezeigten grafischen Beispiele demonstrieren, wie flexibel Innenseiten genutzt werden können. Während sich Texte und Tabellen an den für die Publikation definierten Rändern und Spalten ori-

entieren müssen, können Abbildungen Spalten überspannen bzw. direkt an den Logofreiraum angrenzen oder an Rändern bis in den Beschnitt reichen. Der Hintergrund des Inhaltsbereichs kann

frei gewählt werden (Richtlinien zum Farbeinsatz beachten!).



Papieroberseite.



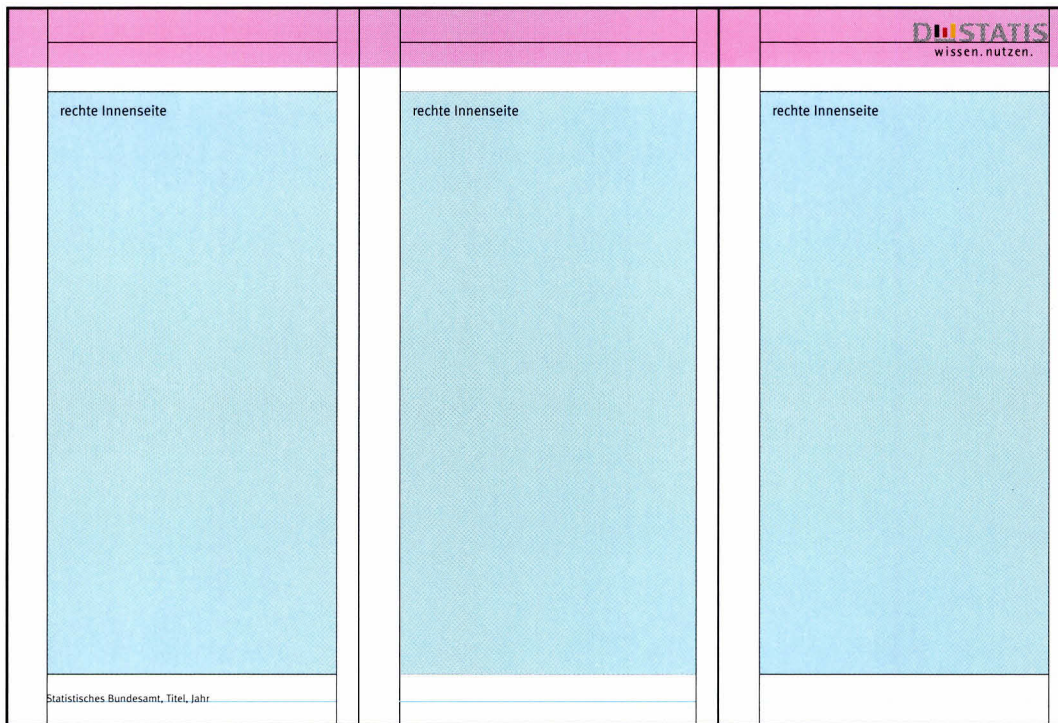
Raster eines 6-seitigen
Wickelfalzflyers (313 mm x 210 mm),
hier die Papieroberseite.

<p>2. Unser neues Corporate Design – Grundsätze und Bestandteile</p> <p>Mit dem neuen Kurznamen Destatis tragen wir dem Service-Charakter unseres Amtes Rechnung. Destatis ist kein Kunstwort, sondern es fasst unsere Aufgabe, amtliche Statistiken über die Bundesrepublik Deutschland zu erstellen und zu verbreiten, mit den Silben De (aus „deutsch“) und Statis (aus „Statistik“) in einer gut sprechbaren Kurzbezeichnung zusammen.</p> <p>Destatis ist prägnant, international verwendbar und darüber hinaus internettauglich.</p> <p>Unser neuer Slogan „wissen. nutzen.“ verbindet zwei zentrale Aspekte unseres Angebots. Er bezeichnet die strategische Ausrichtung von Destatis und betont die Relevanz unserer Arbeit für die öffentliche Meinungsbildung.</p> <p>Das neue Logo symbolisiert in seiner kompakt-kraftvollen Form</p> <p>Mit besonderen Varianten passt sich unsere Wort-Bild-Markierung den verschiedensten drucktechnischen Anforderungen an.</p>	<p>4. Noch Fragen zum neuen Corporate Design?</p> <p>Wenn Sie Einzelheiten über unser neues Corporate Design erfahren wollen, was z.B. die Gestaltung von Broschüren oder anderen Druckschriften betrifft, wenden Sie sich bitte im Hause an:</p> <p>Gruppe IC – Grafik und Design Klaus Arndt Tel.: +49 (0) 611 / 75-2241 Gabriele Bentele Tel.: +49 (0) 611 / 75-2511 E-Mail: design@destatis.de</p> <p>Statistisches Bundesamt, Unser neues Corporate Design, November 2001 Bestell-Nr. 0130101-01900</p>	<p>UNSER NEUES CORPORATE DESIGN Eine Einführung</p> <p>Herausgeber: Statistisches Bundesamt</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6-seitiger Wickelfalzflyer „Unser Corporate Design“, Papieroberseite. Die Titelseite des Flyers steht rechts, die Rückseite ist gemäß dem Falz mittig positioniert. Die Textinhalte sind 2-spaltig gesetzt, die Abbildung auf der Titelseite läuft auf die Rückseite.

Publikationen mit **mehrseitigen Innenseiten, also alle mehrseitigen gefalzten Flyer (die Falzart ist dabei unerheblich), bestehen ausschließlich aus rechten Seiten.**
Zur Erinnerung: Titelseiten und Rückseiten sind immer rechte Seiten! Die Innenseiten von Publikationen mit mehrseitigen

Innenseiten werden darüber hinaus **immer in Abhängigkeit zur Titelseite** gestaltet, d.h. dass die Ränder der Innenseiten mit denen der Titelseite übereinstimmen, die Möglichkeit der variablen Randbreite entfällt. Anders gesagt: Alle Seiten haben die gleichen Ränder.



Papierunterseite.

Raster eines 6-seitigen
Wickelfalzflyers (315 mm x 210 mm),
hier die Papierunterseite.

1. Unser neues Corporate Design – Ausdruck unseres Wandels

Wir, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Statistischen Bundesamtes, haben in den letzten Jahren konsequent am Profil unseres Hauses als Informationsdienstleister gearbeitet. Unser neu entwickeltes Corporate Design ist Ausdruck dieses Wandels.

Unter dem Kurznamen Destatis wollen wir uns künftig auch optisch als Amt mit Dienstleistungscharakter präsentieren. Von besonderer Bedeutung für die Wirkung unseres Amtes in der Öffentlichkeit ist ein einheitliches Erscheinungsbild. Der riesige Kundenkreis von Destatis mit vielfältigen Außenkontakten sowie die große Zahl von Veröffentlichungen verlangen nach einem einheitlichen Design.

Damit erhöhen wir nicht nur den Wiedererkennungswert unseres Angebots, sondern wollen auch sichtbar unsere Professionalität und Kompetenz demonstrieren. Schon am Erscheinungsbild soll für jeden erkennbar sein, dass Destatis unverzichtbare Grundlagen für die vielfältigsten Entscheidungsprozesse in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft liefert. Unser neues Corporate Design wird maßgeblich dazu beitragen, unsere Position als kompetenter Anbieter auf dem Informationsmarkt zu festigen und weiter auszubauen.

Unser neues Logo besteht aus einem Schriftzug und einem Stagen-Bild. Beide bilden die feste Einheit einer Wort-Bild-Marke und finden nur gemeinsam Einsatz. Der Mindestumfang des Logos ist prozentual, ausgehend von der Lagenhöhe (100%), festgeschrieben. Im alltäglichen Schriftverkehr wird der Name Destatis wie ein normales Substantiv geschrieben.

Statistisches Bundesamt, Unser neues Corporate Design, November 2001

3. Unser neues Corporate Design – Darstellung und praktische Anwendung

Das Gestaltungsraster legt die Gestaltung unserer Publikationen fest. Es liegt allen Druckschriften zugrunde und ist wichtiger Garant für ein einheitliches Erscheinungsbild.

Das neue Schriftsystem unterscheidet zwischen Grundschrift und Schmuckschrift. Die Grundschrift „Meta LP“ ist in verschiedenen Schriftschritten zulässig. Für Publikationen, aber auch für Briefe, Fax etc. ist sie unsere verbindliche Standardschrift. Für Hervorhebungen wird z. B. der Schriftschnitt „Meta Medium LP“ verwendet.

Die Schmuckschrift „Rotis Semi Sans“ wird beispielsweise bei der Titelgestaltung oder in Überschriften verwendet. Ihr Einsatz ist nur in Großbuchstaben zulässig!

Meta Normal LF
Meta Medium LF
ROTISEMI SANS

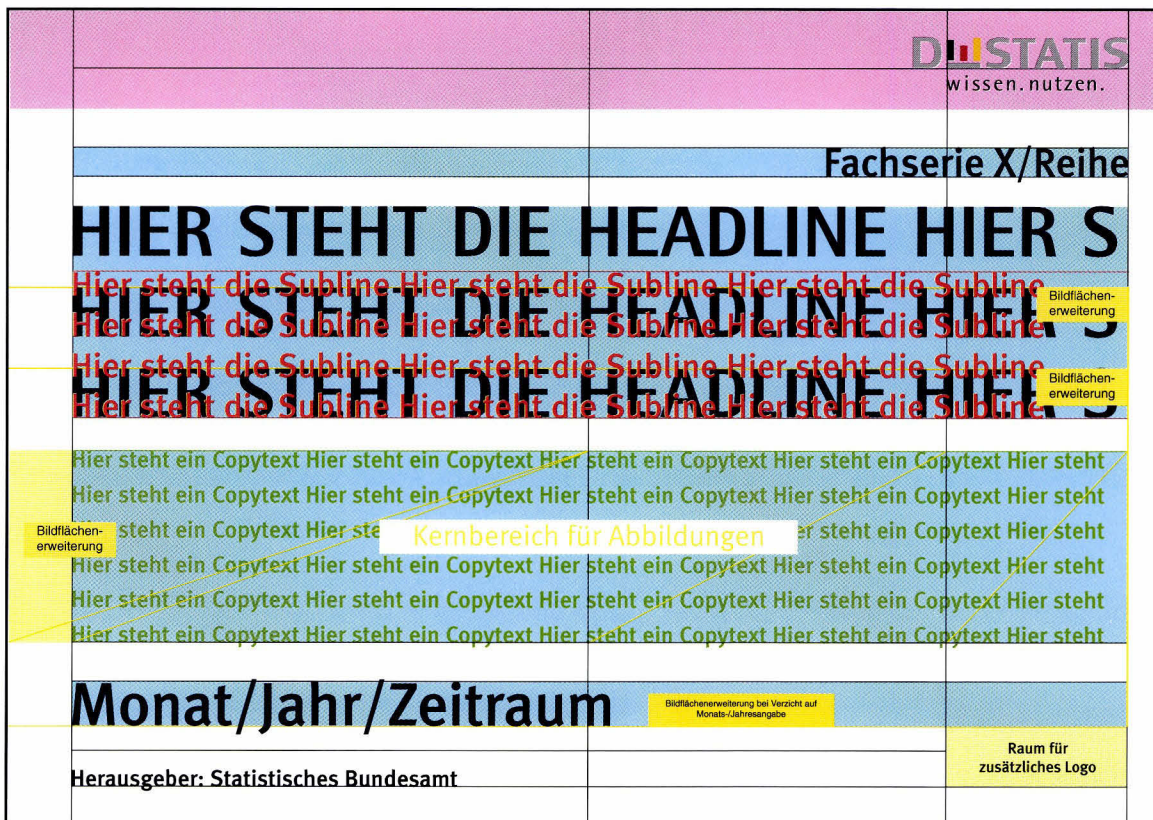
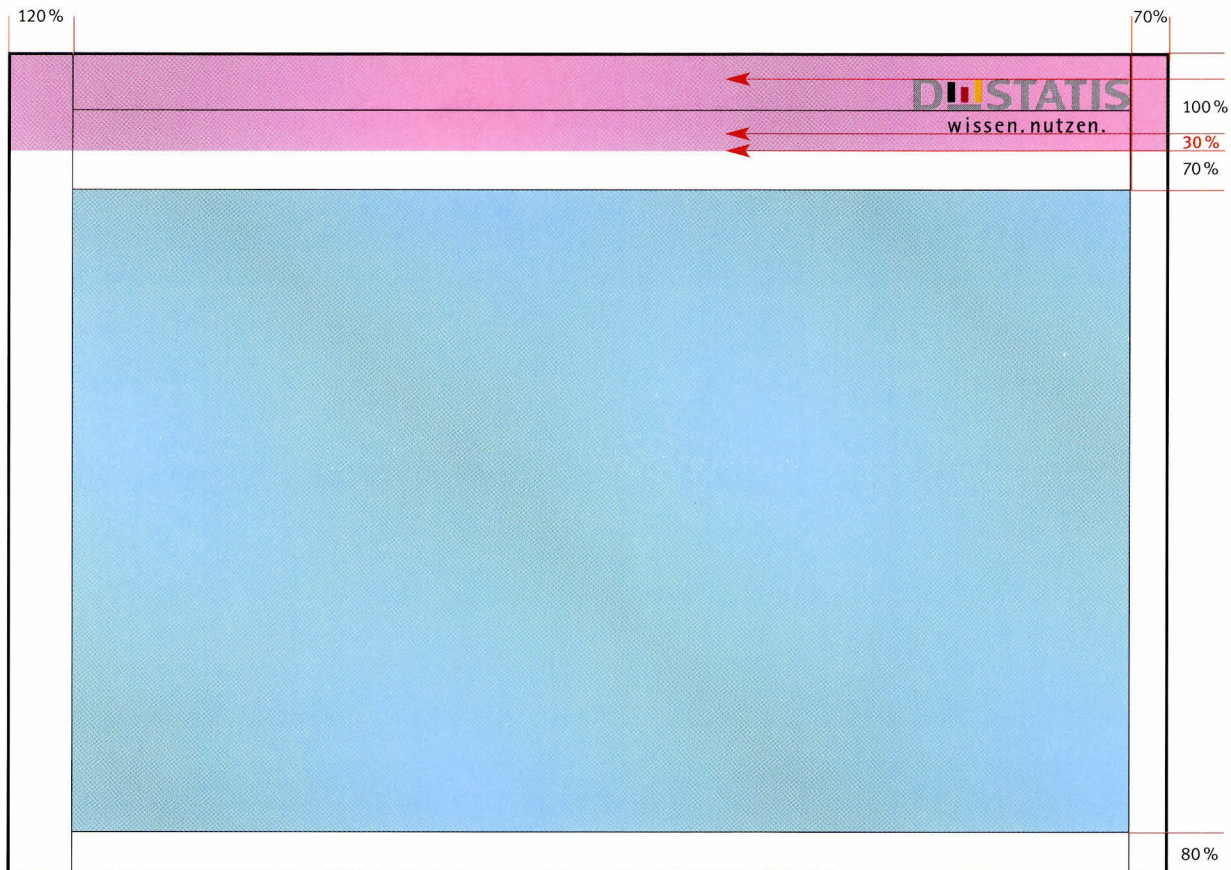
Auch Briefe, Fax etc. beziehen sich auf das entwickelte Grundraster. Verwenden Sie daher bitte stets die entsprechenden Vorlagen im Netz.

Unser neues Jahrbuch – gedruckt und auf CD. Beispiele für die praktische Anwendung der verbindlichen Richtlinien.

6-seitiger Wickelfalzflyer „Unser Corporate Design“, Papierunterseite. Das Logo steht nur auf der rechten Innenseite oben, die Fußzeile befindet sich auf der linken Innenseite unten. Die Textinhalte sind 2-spaltig gesetzt, die Abbildungen nutzen die ganze Breite des Inhaltsbereichs.

Positionierung des Logos und der übergeordneten Informationen bei Publikationen mit mehrseitigen Innenseiten:
Egal wie der Leser den Flyer geöffnet hält, das Logo muss in jedem Fall auf der jeweils rechts stehenden Seite oben erscheinen. Genauso müssen Herausgeber, Titel, Jahr

sowie ggf. Bestellnummer in jedem Fall auf der jeweils links stehenden Seite unten erscheinen.
Der Einsatz des Logos und der übergeordneten Informationen auf Titelseite und Rückseite bleibt davon unberührt.



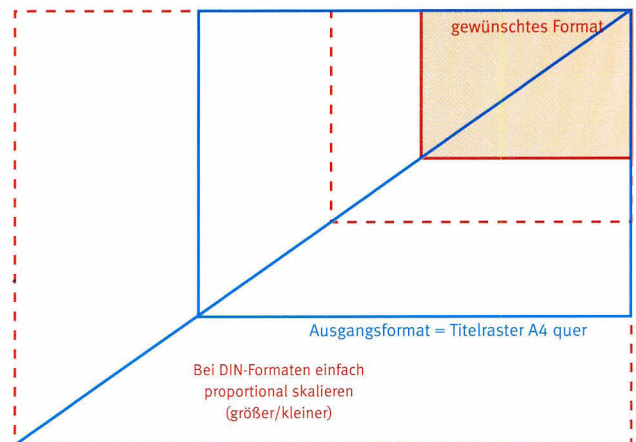
Das oben abgebildete Ausgangsraster A4 quer ist die Basis sämtlicher weiterführender Raster im Querformat bis einschließlich dem Quadrat. Es ist die Grundlage für

Titel-, Rückseiten-, Rücken- und Innenraaster. Die Farbkennzeichnungen entsprechen denen des A4 Rasters hoch. Das Titelraaster gilt auch für den Innen-/Schmutztitel.

Der Innentitel erscheint jedoch in Schwarz-Weiß. Hier findet ein Schwarz-Weiß-Logo Verwendung, dagegen fehlen Hintergrundfarbe und Abbildungen.

A Proportionale (DIN-)Größen

Bei proportionalen Größen wird das Titelraster einfach proportional auf die gewünschte Größe skaliert.

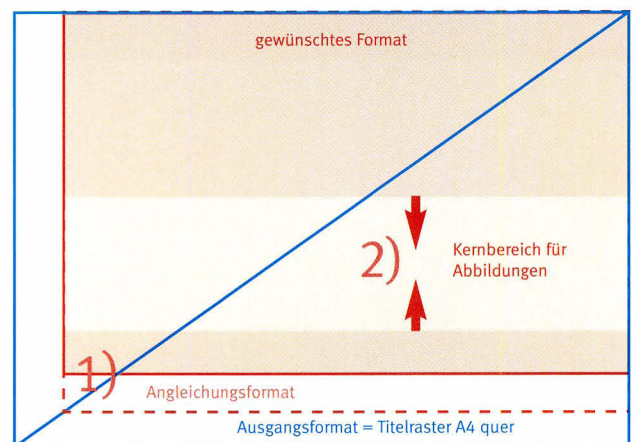


B Andere, nicht proportionale Größen inklusive Quadrat

B1 Gewünschtes Format ist im Verhältnis kürzer als das Ausgangsformat.

1) Titelraster proportional auf Breite des gewünschten Formats skalieren (gestricheltes Angleichungsformat).

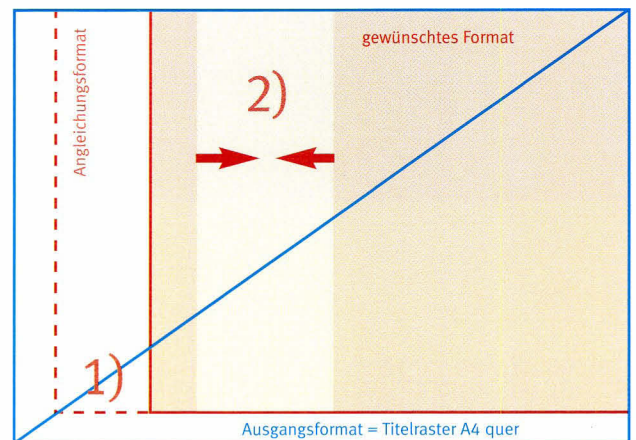
2) Anschließend die Höhe des Angleichungsformats verringern durch Reduzierung der Höhe des Kernbereichs für Abbildungen.



B2 Gewünschtes Format ist im Verhältnis länger als das Ausgangsformat, jedoch im Grenzfall ein Quadrat (z.B. CD-Hüllen).

1) Ausgangsformat proportional auf Höhe des gewünschten Formats skalieren (gestricheltes Angleichungsformat).

2) Anschließend die Breite des Angleichungsformats verringern durch Reduzierung der Breite des Bereichs zwischen linker vertikaler Rasterlinie und vertikaler Logo-Rasterlinie.



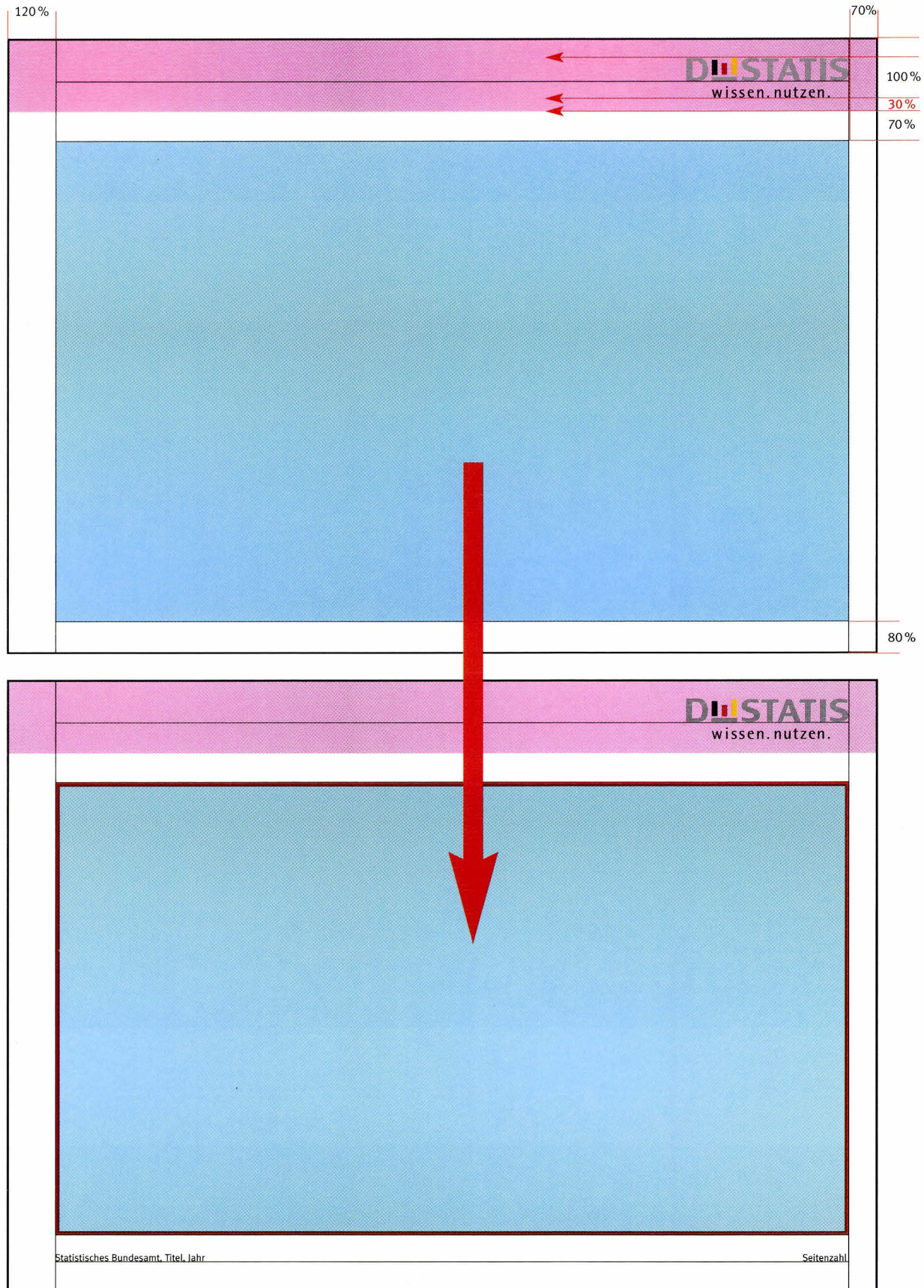
Bei der proportionalen Skalierung und bei der proportionalen Angleichung – 1) – werden alle Elemente des Rasters proportional mitskaliert. Das gilt auch für Logo, Typo und Linienstärken.

Rückseiten und Rücken, basierend auf dem Ausgangsraster A4 quer

Das Erstellen der Raster für Rückseiten und Rücken im Format A4 quer, bzw. das Erstellen von Abformaten dieser Raster, erfolgt analog zur Vorgehensweise beim

Format A4 hoch, bzw. der beim Titelraster A4 quer.
Hinweis: Die Raster für Rückseiten und Rücken, basierend auf dem Ausgangs-

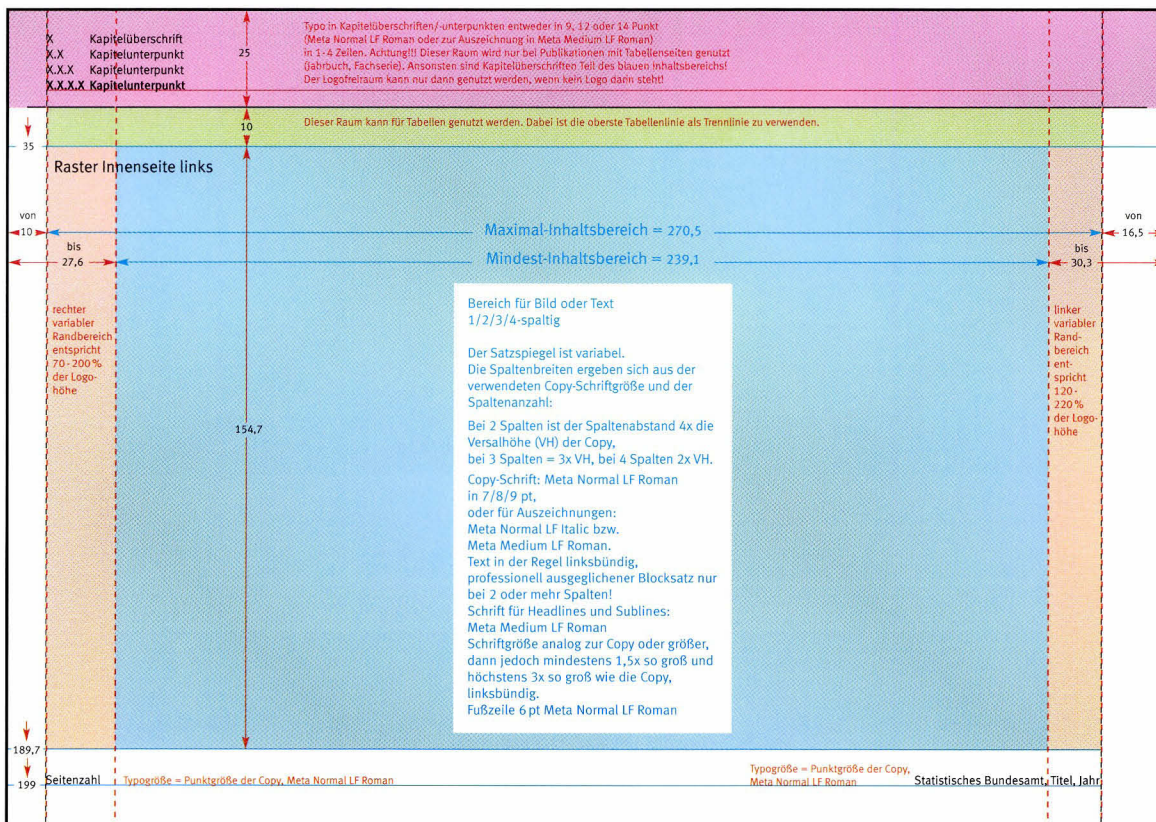
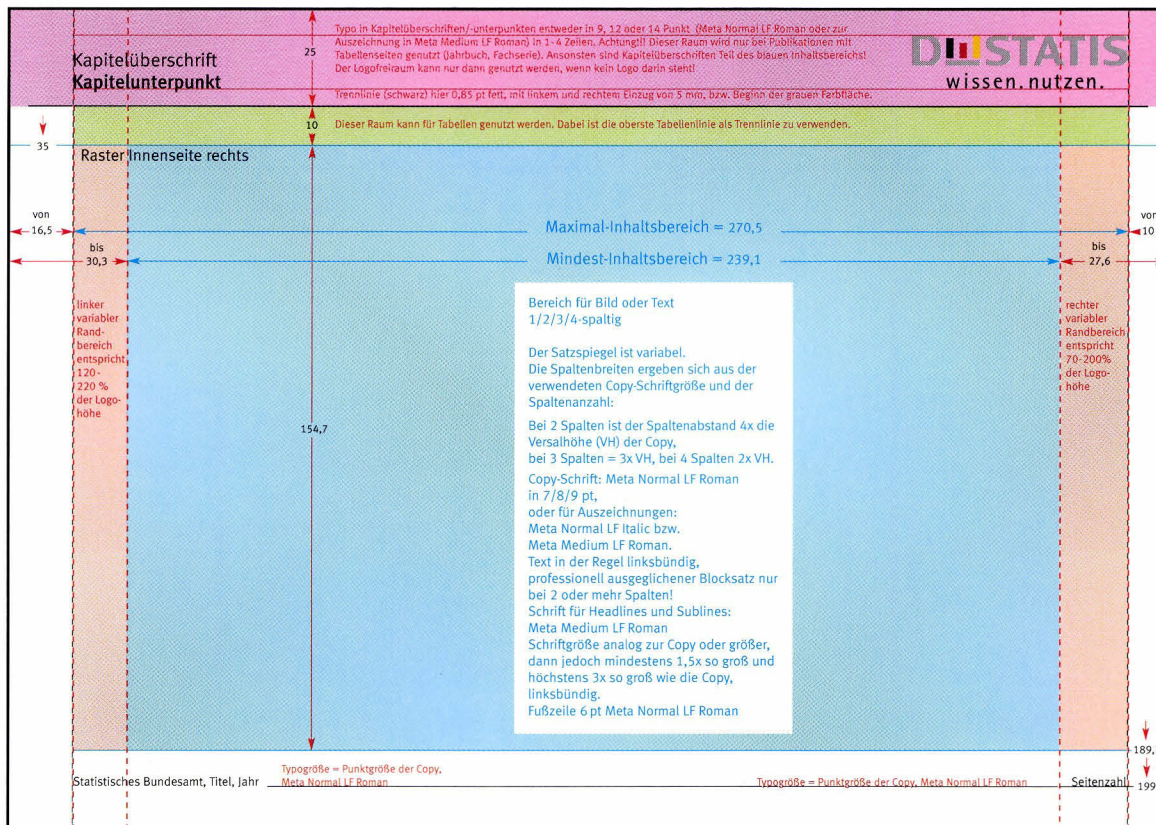
raster A4 quer, finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM.



Das Innenraster A4 quer (hier rechte Seite) ergibt sich, wie oben dargestellt, aus dem Ausgangsraster A4 quer. Logofreiraum

und Logogröße bleiben bestehen. Der untere Bereich des Inhaltsbereichs des Ausgangsrasters ist auf Innenseiten

ausschließlich Seitenzahlen und übergeordneten Informationen zur Publikation (Herausgeber, Titel, Jahr) vorbehalten.

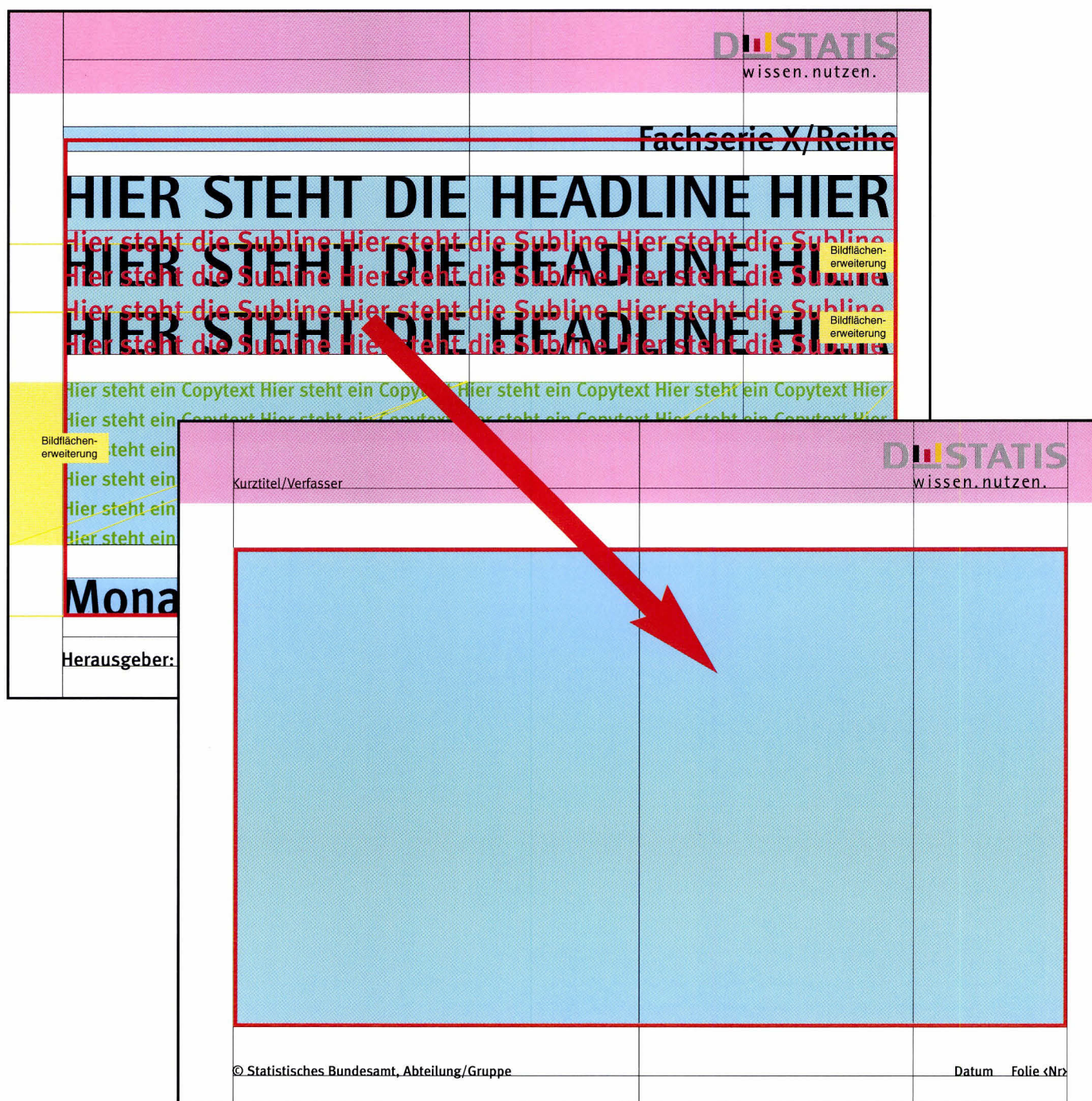


Alle Maße in mm!

Das Innenraster A4 quer ist leicht modifizierbar. So kann der innere Rand von 120 % bis 220 % der Logohöhe stufenlos verbreitert und der äußere Rand von 70 %

bis 200 % der Logohöhe verbreitert werden. Die festgelegten Randeinstellungen gelten für alle Innenseiten einer Publikation, auch für Logo, Seitenzahlen und Fußzeile.

Farbdefinitionen, Spalteneinteilung und Gestaltung, siehe Seite 55. Abformate analog zum Titelraster A4 quer. Originalraster auf der beiliegenden CD-ROM.



Das PowerPoint Ausgangsraster basiert auf dem A4 Titlraster quer. Der Inhaltsbereich entspricht der Summe aller Inhaltsbereiche des A4 Titlrasters, bis auf den dort für den Herausgeber vorgesehenen Bereich. Gleichzeitig ist der Raum für Kategorien im A4 Titlraster bei PowerPoint aus optischen Gründen nicht ganz

genutzt (siehe rote Linie). Oben links, im eigentlichen Logofreiraum, kann auf Folien der Name des Referenten und/oder der Kurztitel der Präsentation eingeblendet werden. Dies geschieht mittels einer „Fußzeile“, die auf der Grundlinie des Claims „wissen.nutzen.“ steht. Die untere Zeile, die im Titlraster A4 quer für den Heraus-

geber genutzt wird, nimmt allgemeine Informationen zur Folie auf: Auf Titelfolien und Folien erscheint links unten der Herausgeber mit Abteilung bzw. Gruppe. Rechts unten sollte auf Folien das Datum der Präsentation und die Foliennummer erscheinen. Sie finden die Präsentationsvorlage auf beiliegender CD-ROM.

Schriften

Der Einsatz von Schriften ist in PowerPoint eingeschränkt: Aus optischen Gründen kommt die Grundschrift Meta Normal LF Roman hier nicht zum Einsatz! Grundschrift ist demnach hier **Meta Medium LF Roman**, für Auszeichnungen steht **Meta Medium LF Italic** zur Verfügung. Schriftfarbe ist Schwarz. Alle Texte sind linksbündig zu setzen. Für alle Schriften sind je nach Einsatz feste Größen und Zeilenabstände definiert.

ROTIS SEMI SANS EXTRA BOLD

Headlines auf Titelmasterfolien werden in Versalien der Rotis Semi Sans Extra Bold gesetzt.
Farbe: Dunkelgrau (102/102/102).

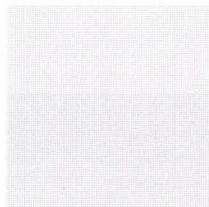
Meta Medium LF Roman

Alle anderen Headlines werden in Meta Medium LF Roman gesetzt (gemischte Schreibweise).
Farbe: Dunkelgrau (102/102/102).

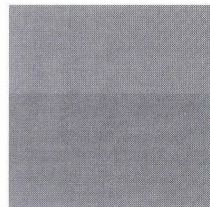
Meta Medium LF Roman *Meta Medium LF Italic*

Grundschrift für Sublines, Unterpunkte sowie Bild-/Grafikunterschriften ist Meta Medium LF Roman.
Für Auszeichnungen steht Meta Medium LF Italic zur Verfügung.
Farbe: Schwarz (0/0/0).

Primärfarben



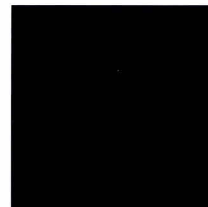
204/204/204
Hintergrund



153/153/153

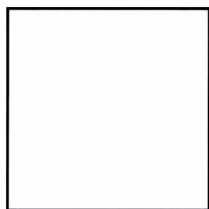


102/102/102
Headlines

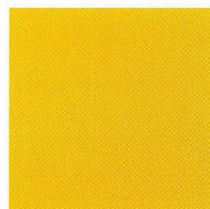


0/0/0
Sublines,
Unterpunkte, Texte

In der Präsentationsvorlage (auf der CD-ROM) wurden die nebenstehenden Primärfarben fest eingestellt. Sie sind zur Gestaltung notwendig und daher unveränderbar. PowerPoint bietet diese Farben bei Farbmenüs immer bevorzugt an. (Grau bis Rot)



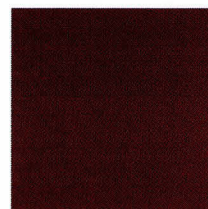
100/100/100



255/204/0

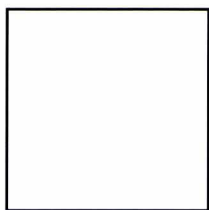


204/0/51

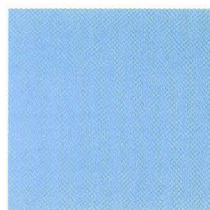


153/0/51

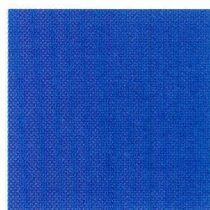
Sekundärfarben



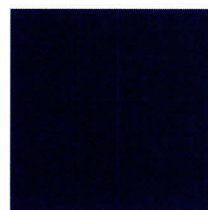
100/100/100



102/204/255

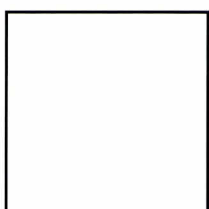


51/102/204

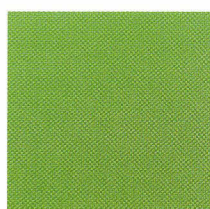


51/51/102

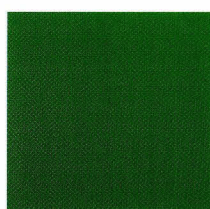
Die nebenstehenden Sekundärfarben werden in den Farbkäufen Blau und Grün angeboten. Dabei ist darauf zu achten, dass die beiden zusätzlichen Farbkäufe nicht miteinander vermischt werden.



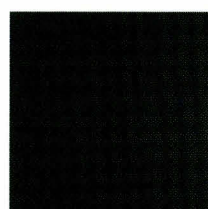
100/100/100



102/204/102

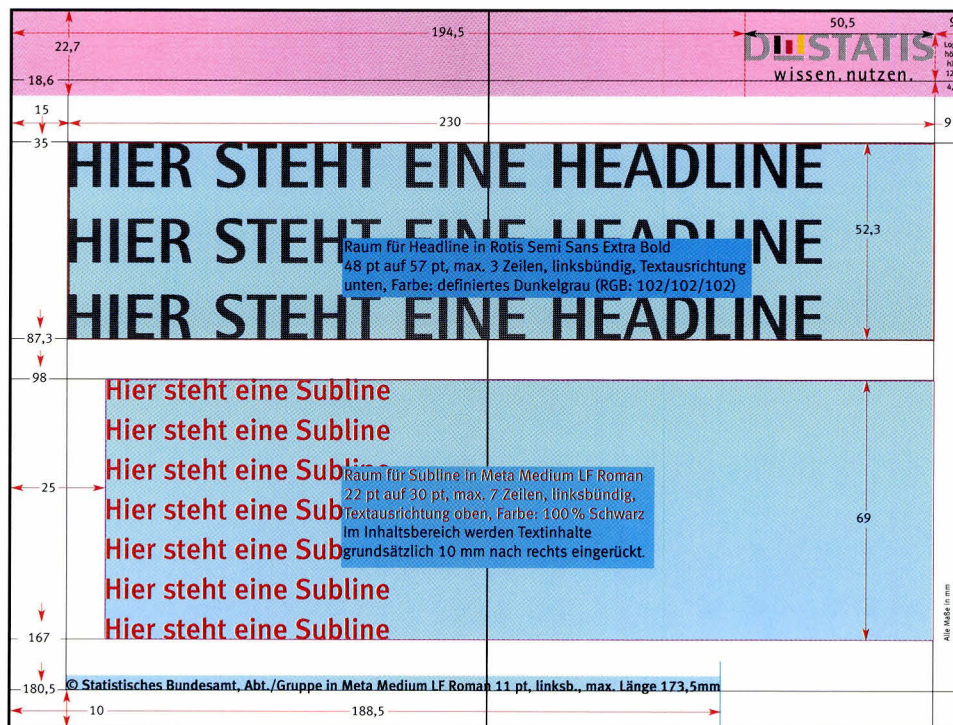


51/153/102



0/102/51

a) Räume für Text

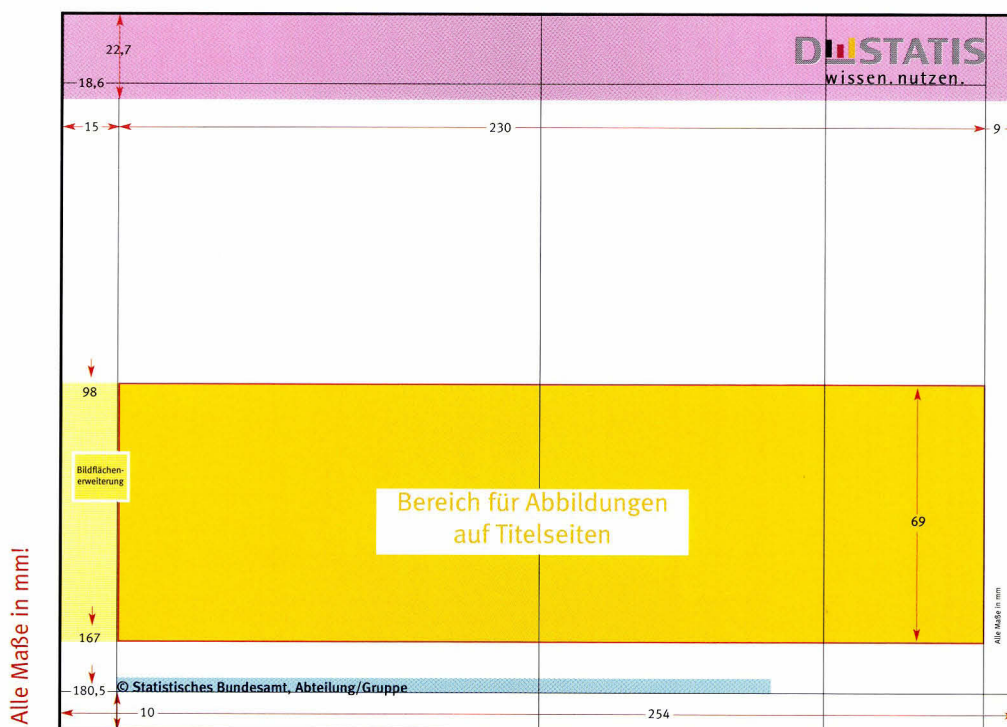


Absoluter Freiraum des Logos

Headlinebereich. Er bietet Raum für maximal 3 Zeilen Headline in Rotis Semi Sans Extra Bold 48 pt auf 57 pt. Die Textausrichtung ist „unten“, d.h. der Titel steht immer auf der unteren Linie und schließt nur bei einer dritten Zeile an die obere Linie an.

Sublinebereich. Er bietet Raum für maximal 7 Zeilen Subline in Meta Medium LF Roman 22 pt auf 30 pt. Die Textausrichtung ist „oben“, d.h. die Subline schließt immer an die obere Linie an und stößt nur bei einer siebten Zeile auf die untere Begrenzung. Jeder Text ist gegenüber der Headline um mindestens 10 mm nach rechts eingerückt.

b) Raum für Abbildungen



Bereich für Abbildungen. Auf Titelfolien ist der Einsatz von Abbildungen eingeschränkt, sie dürfen nur im markierten Bereich Verwendung finden. Dabei ist es unwichtig, wie viel Raum innerhalb des Bereichs für die Abbildung genutzt wird. Die Platzierung der Abbildung ist innerhalb des Bereichs frei. Nach links können Abbildungen bis zur Foliengrenze erweitert werden. Vom Einsatz von ClipArts wird dringend abgeraten.

Alle Maße in mm!

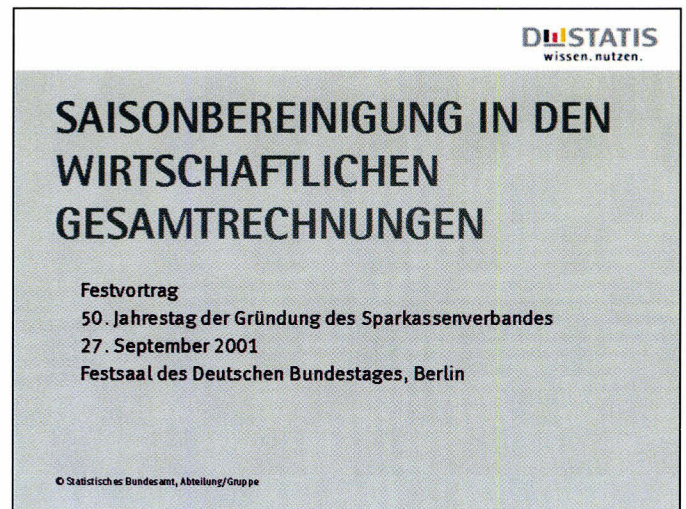
Das Titelraster (Titelmaster) gilt in PowerPoint für die Titelgestaltung, es kann aber auch für Zwischentitel oder Schlussfolien

Verwendung finden. Als allgemeine Information zur Folie erscheint der Herausgeber mit Abteilung im vorgesehenen Bereich.

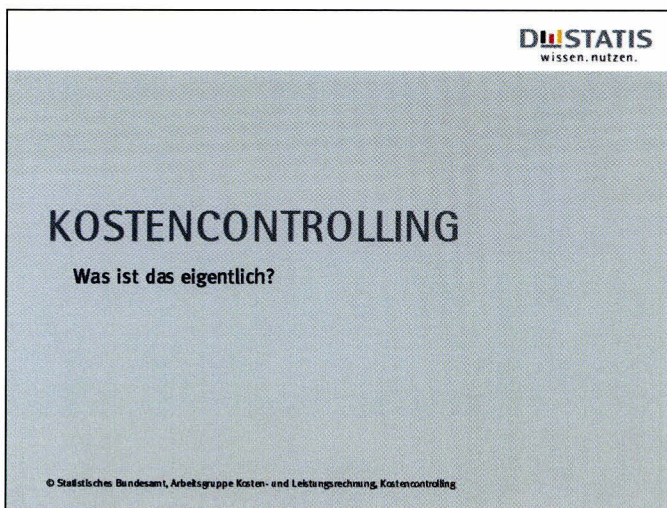
Hinweis: Sie finden die Präsentationsvorlage auf beiliegender CD-ROM.



Titelfolie. Der Headlinebereich ist hier mit drei Zeilen Headline voll ausgenutzt.
Die Abbildungen nutzen die Höhe des Bereichs für Abbildungen, rechts sind sie in der Breite verkürzt.
Die linke Bilderweiterung ist voll ausgeschöpft.



Titelfolie. Der Headlinebereich ist auch hier mit drei Zeilen Headline voll ausgenutzt. Auf Abbildungen ist verzichtet worden, dafür stehen vier Zeilen im Sublinebereich.

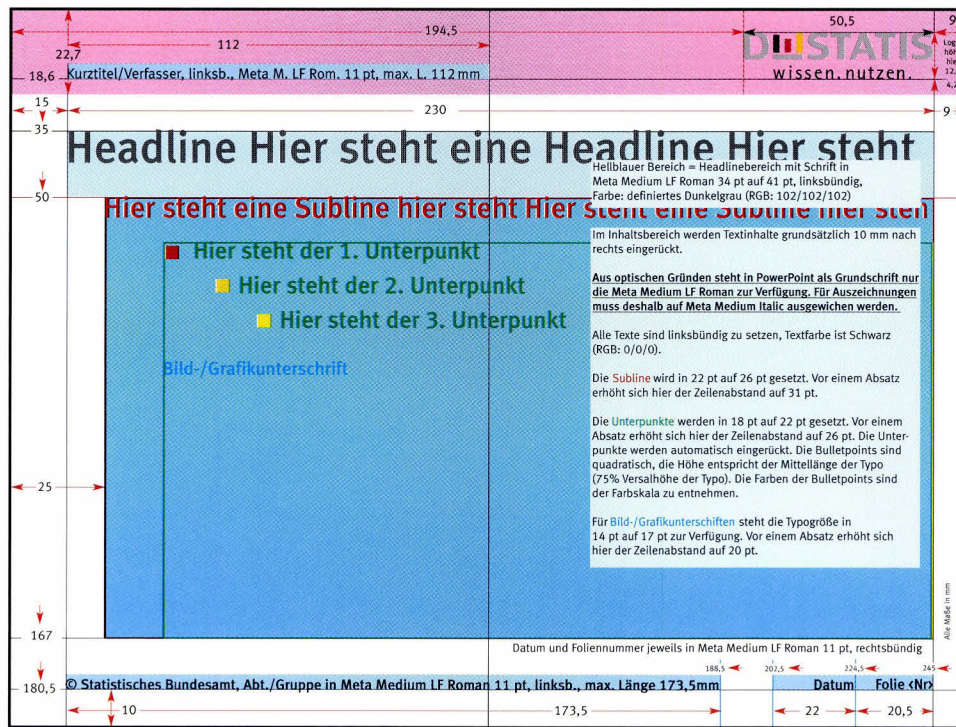


Titelfolie als Kapitelfolie. Die einzeilige Headline wirft eine Frage auf, die in der einzeiligen Subline formuliert wird. Deutlich zu sehen: Textausrichtung der Headline ist „unten“, die der Subline ist „oben“.



Titelfolie als Schlussfolie. Die Headline ist 2-zeilig.
Die Subline besteht aus fünf Zeilen.

a) Räume für Text



Logo mit Kurztitel auf der Grundlinie des Claims „wissen.nutzen.“

Headlinebereich. Raum für beliebig viele Zeilen in Meta Medium LF Roman 34 pt auf 41 pt. Der Text ist linksbündig.

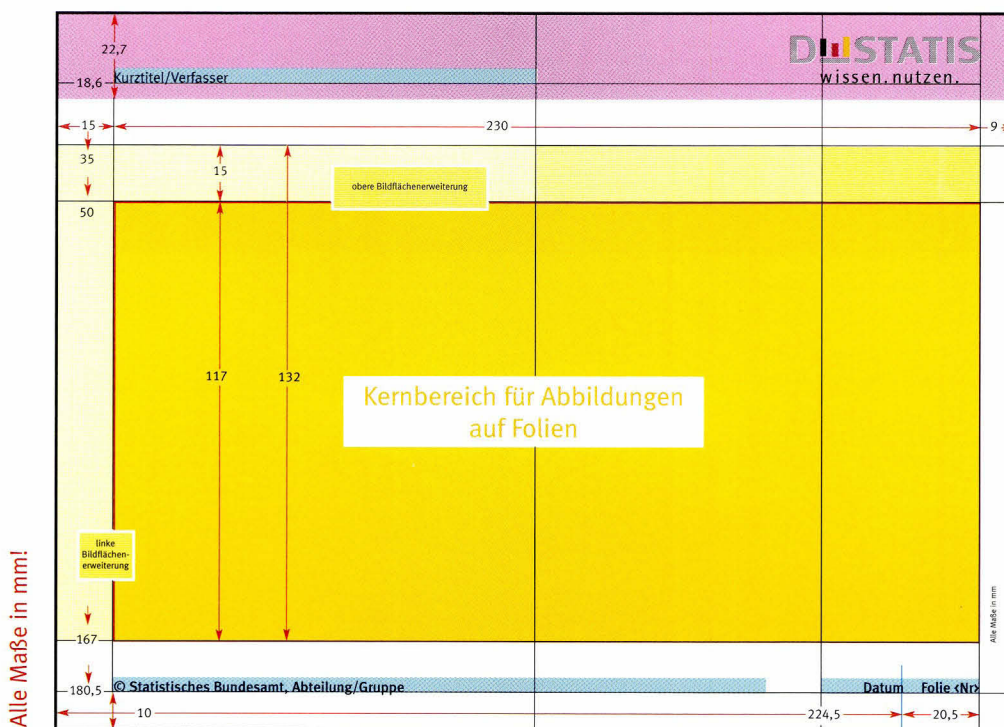
Inhaltsbereich. Jeder Text ist gegenüber der Headline um mindestens 10 mm nach rechts eingerückt.

Die Gestaltung ist relativ frei. Vorgegeben sind Typo, Farben und Größe der Gliederungspunkte sowie Zeilenabstände.

Als Grundschrift steht nur die Meta Medium LF Roman zur Verfügung, für Auszeichnungen demnach nur die Meta Medium Italic.

Es stehen die Schriftgrößen 22 pt, 18 pt und 14 pt zur Verfügung.

b) Räume für Abbildungen



Der Einsatz von Abbildungen ist relativ wenig reglementiert.

Sie dürfen im angegebenen Bereich frei positioniert werden, auch die Größe der Abbildungen ist frei wählbar. Der Kernbereich für Abbildungen kann nach links zur Foliengrenze bzw. nach oben in den Headlinebereich erweitert werden. Vom Einsatz von ClipArts wird dringend abgeraten.

Das Folienraster (Folienmaster) ist in PowerPoint Basis aller Folien exklusive der Titelfolien. Auf allen Folien erscheint der Herausgeber mit Abteilung im vorgesehe-

nen Bereich. Datum, Foliennummer sowie Kurztitel/Verfasser können optional ein- bzw. ausgeblendet werden. Die nötigen Einstellungen sind im Menü „Ansicht >

Kopf- und Fußzeile“ vorzunehmen. Hinweis: Sie finden die Präsentationsvorlage auf beiliegender CD-ROM.

STATIS
wissen. nutzen.

Saisonerhebung in den wirtschaftlichen Gesamtrechnungen

Saisonkomponente

Typisches Wetter des Quartals

- Sonderverkäufe
- Typischer Krankenstand
- Sonderverkäufe
- Typischer Krankenstand

Typische Länge des Quartals

Typische Länge von (Werks-)Ferien und Schulferien

Anderetypische Merkmale

- Sonderverkäufe
- Typischer Krankenstand
- Andere typische Merkmale
- Typischer Krankenstand

© Statistisches Bundesamt, Abteilung Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen 17.10.2001 Folie 4

Folie mit Textinhalten. Unter der einzeiligen Headline finden die verschiedenen Texthierarchien Einsatz. Der Zeilenabstand zwischen den Texten ist jeweils der Mindestabstand. Kurztitel, Herausgeber mit Abteilung, Datum und Foliennummer erscheinen in den definierten Bereichen.

STATIS
wissen. nutzen.

Hake Löhne und Preise

Brutto-Inlandsprodukt in Preisen von 1995

Veränderungen gegenüber dem entsprechenden Vierteljahr in %

© Statistisches Bundesamt, Abteilung Preise, Löhne, Finanzen und Steuern Folie 6

Folie mit Diagramm. Das Diagramm ist unter der einzeiligen Headline mittig positioniert. Es trägt eine einzeilige Grafikuschrift. Die Balken sind mit den grünen Sekundärfarben gestaltet. Der Name der Referentin steht in der Fußzeile, auf die Einblendung des Datums wurde verzichtet.

STATIS
wissen. nutzen.

EDV-Schulung auf Berg Hohenberg

Dienstag, 14. November 2001

Zeit	Ort	Thema	Dozent	Anm.
8.00 - 9.30	Saal 2	Frühstück		
10.00-12.00	R 202	Internet-Einführung	Horst Meier	
10.00-12.00	H 103	QuarkXPress-Einführung	Helga Schmidt	
12.30-13.30	Saal 2	Mittagessen		
14.00-17.00	R 202		Judy Loach	Buch!
14.00-17.00	Z 003	Spanisch	Pablo Montoya	
18.00-19.00	Saal 2	Abendessen		
20.30	Saal 1	Festvortrag	Prof. P. Witting	c.t.

© Statistisches Bundesamt, Gruppe Personal Aus- und Fortbildung

Folie mit einem Zeitplan. Die Headline ist in diesem Fall das Datum des Semintags. Der Zeitplan ist mittig positioniert. Die Tabelle ist mit Balken in der Sekundärfarbe Dunkelblau (RGB: 51/51/102) unterlegt. In der Fußzeile erscheint der Kurztitel des Lehrgangs, auf die Einblendung von Datum und Foliennummer wurde verzichtet.

STATIS
wissen. nutzen.

Das neue Corporate Design des Statistischen Bundesamtes

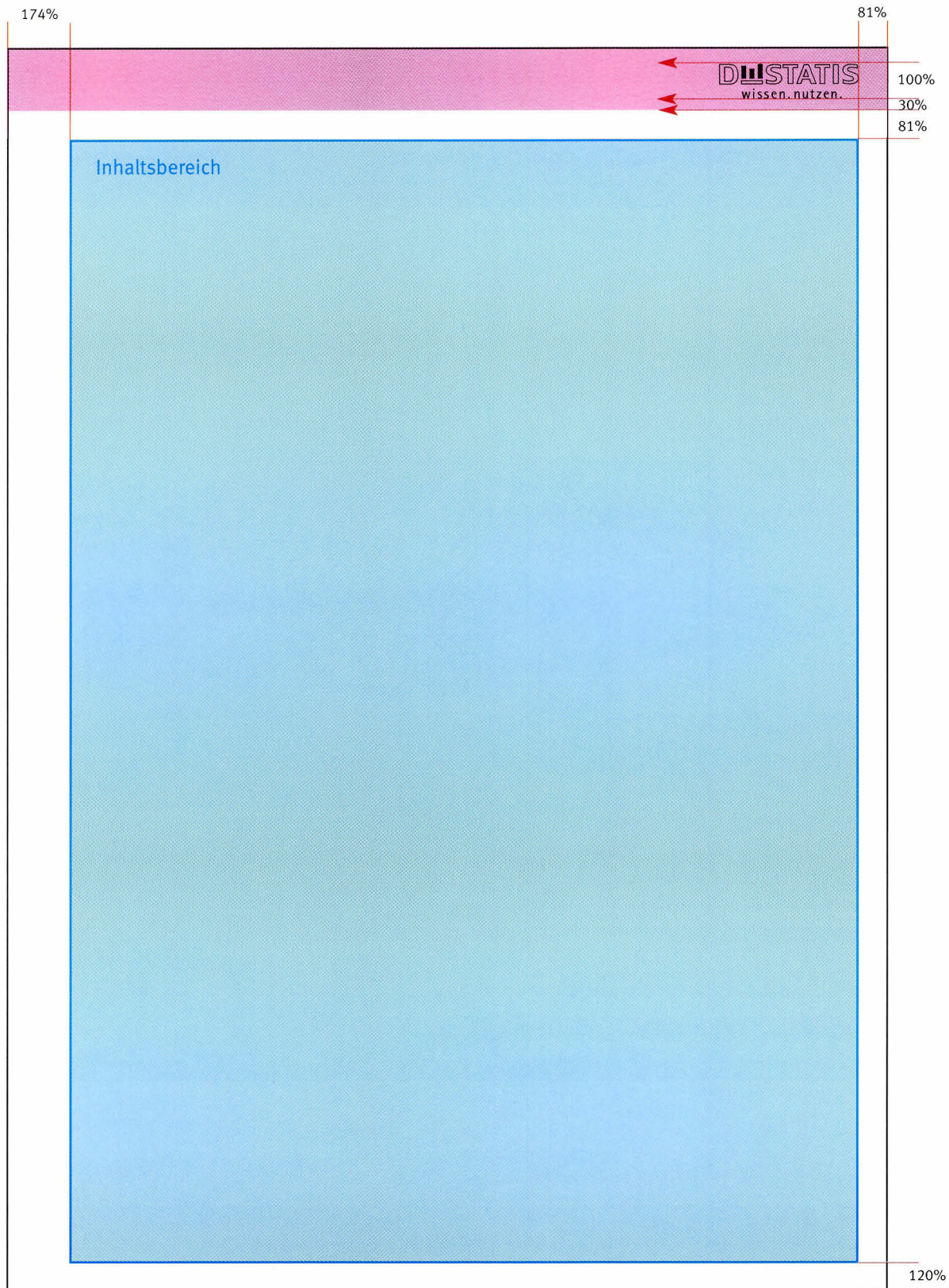
Unsere neuen Hausschriften

Titelgestaltung mit Großbuchstaben aus der Schmuckschrift Rotis

Die Schrift „Rotis“ finden Sie unter - a- als „Agfa Rotis Semisans Ex Bold“

© Statistisches Bundesamt, Gruppe Veröffentlichungen, Zentrale Informationsdienste 17.10.2001 Folie 6

Folie mit Text- und Bildinhalten. Unter der einzeiligen Headline steht eine zweizeilige Subline. Der Inhaltsbereich ist ferner für eine Abbildung genutzt, die rechts außen platziert wurde. Daneben befindet sich eine Bildunterschrift in der kleinstmöglichen Schriftgröße. In der Fußzeile steht der Kurztitel der Präsentation. Datum und Foliennummer erscheinen im vorgesehenem Bereich.

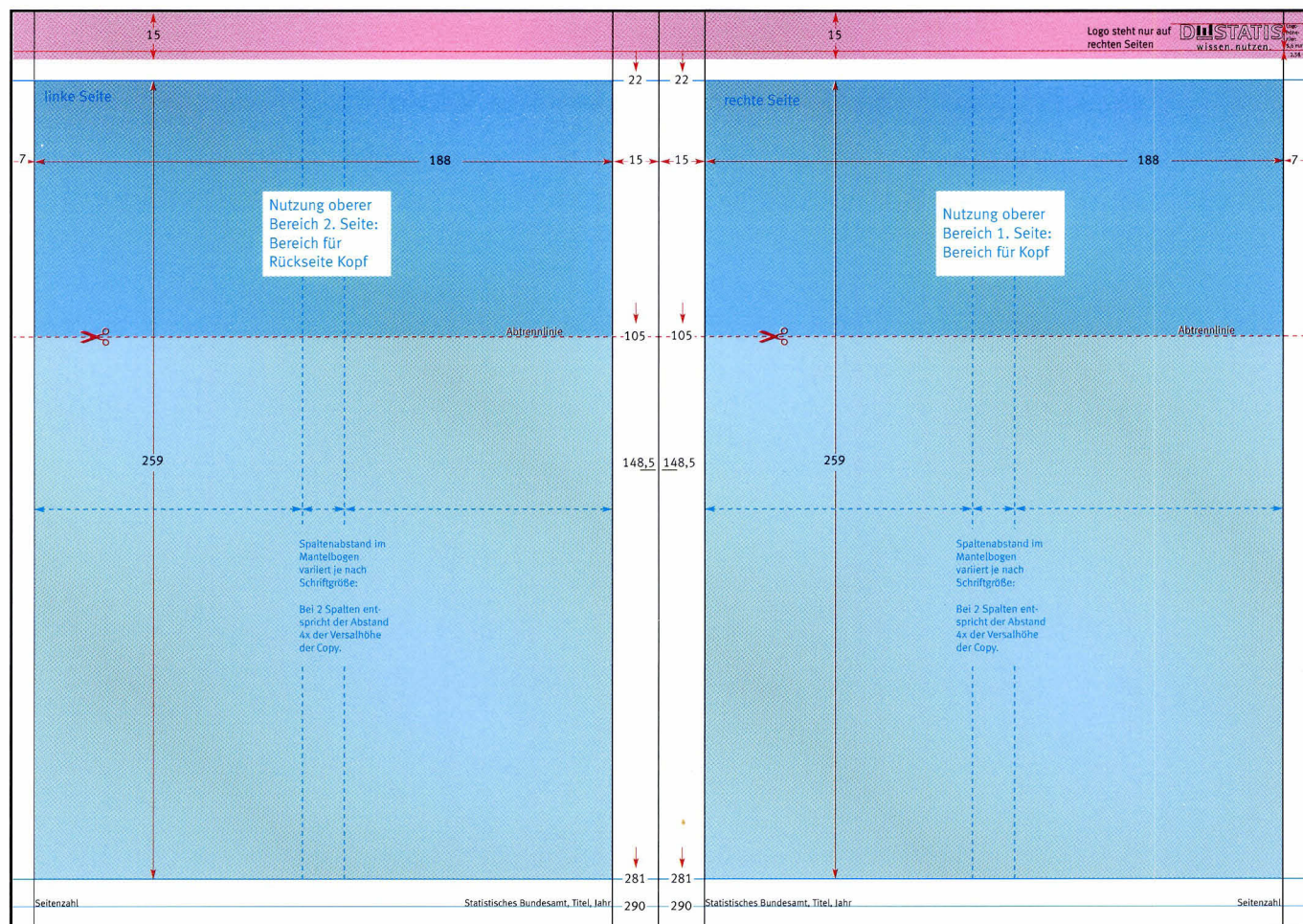


Bei Fragebogen immer ein
1c (Strich).eps Logo ver-
wenden.

Das Ausgangsraster des Fragebogens basiert auf dem System des allgemeinen Ausgangsrasters, Logogröße und Randbreiten wurden den Erfordernissen von Erhebungen angepasst. Aus drucktechnischen Gründen wird hier immer das sw-Strichlogo

1c (Strich).eps eingesetzt. Das Logo steht immer auf Titel- und Rückseite des Fragebogens und auf rechten Innenseiten. Bei mehrseitigen Innenseiten (Wickelfalz etc.) muss das Logo immer auf der jeweils rechts stehenden aufgeklappten Seite

erscheinen (d.h. z.T. mehrfach pro Außen-/Innenseite, siehe auch S. 60-61). Bei Fragebogen von Landesämtern kann an Stelle des Destatis-Logos das Logo des erhebenden Landesamts stehen, natürlich auch wieder als 1c Strich-Variante.

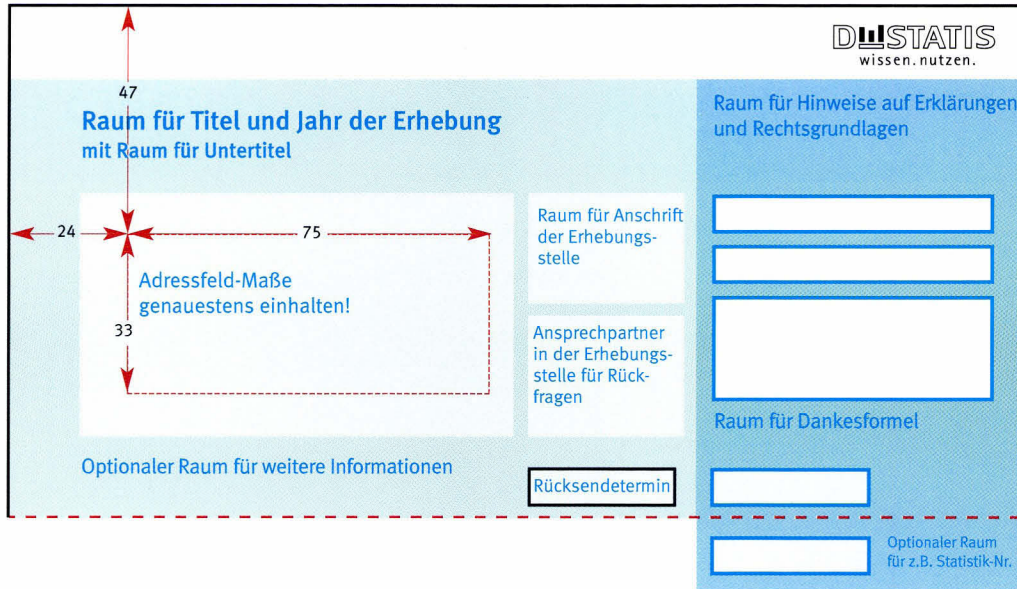


Das Grundraster des Fragebogens. Der obere Bereich wird auf Seite 1 und 2 für den Kopf bzw. dessen Rückseite genutzt, hierbei ist die Abtrennlinie zu beachten. Auf allen anderen Seiten des Fragebogens kann der gesamte Inhaltsbereich für die Inhalte des Frage- bzw. des Mantelbogens genutzt werden. Titel- und Rückseiten des

Fragebogens sind immer wie rechte Seiten zu behandeln, die Innenseiten sind bei bis zu 4 Seiten spiegelbildlich anzulegen. Besteht der Fragebogen aus mehrseitigen Innenseiten, so sind die Innenseiten immer als rechte Seiten anzulegen. Bei Fragebogen können die Spalten frei eingeteilt werden, als Richtwert gilt ein Spalten-

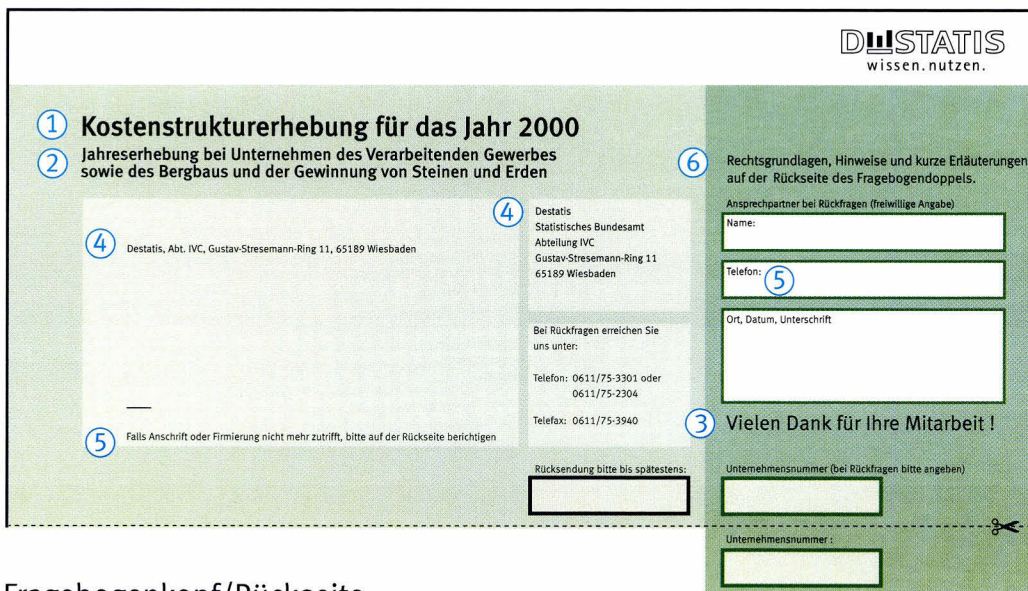
abstand von 7 mm. Beim Mantelbogen richtet sich der Spaltenabstand nach der Schriftgröße der Copy, bei 2 Spalten entspricht der Spaltenabstand 4x der Versalhöhe der Copy (vgl. auch Spalteneinteilung auf Innenseiten, S.55).

Fragebogenkopf/Aufteilung



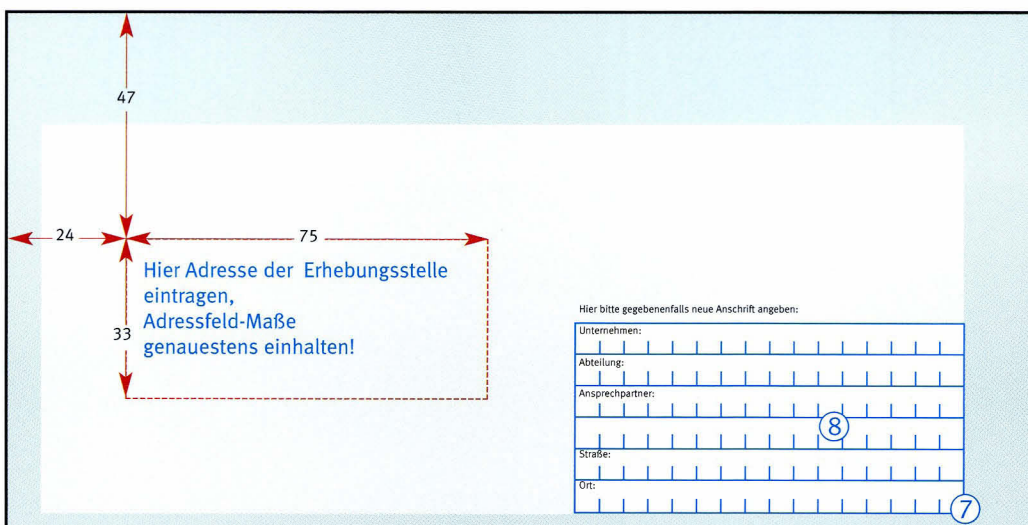
- Mittlerer Ton der Grundfarbe für Hintergrund des Fragebogens.
 - Heller Ton der Grundfarbe kennzeichnet den vom Absender auszufüllenden Bereich.
 - Dunkler Ton der Grundfarbe kennzeichnet den Raum für Hilfsmerkmale.
 - Weißes Kästchen mit Rahmen (100% der Grundfarbe), ist vom Befragten auszufüllen.
 - Unterlegtes Kästchen mit Rahmen (100% der Grundfarbe), ist von Behörde auszufüllen.
 - Unterlegtes Kästchen mit Rahmen (100% Schwarz) ist für den Rücksendetermin reserviert. Im Kopf haben die Linien der Kästchen eine Stärke von 2 pt.
- Abtrennlinie auf 105 mm

Fragebogenkopf/Schriftgrößen



- Die Schriftgrößen sind nach Ihren Funktionen festgelegt:
- ① **Titel-Headline**, 1-2-zeilig in Meta Medium LF Roman, 16 pt auf 14 pt = 3,8 mm (VH) x 4,75 mm (ZAB)
 - ② **Titel-Subline**, 1-2-zeilig in Meta Medium LF Roman, 10 pt auf 10 pt = 2,4 mm (VH) x 3,5 mm (ZAB)
 - ③ **Dankesformel** in Meta Normal LF Roman, 12 pt = 2,91 mm (VH)
 - ④ **Anschrift der Erhebungsstelle** in Meta Normal LF Roman, 6 pt auf 9 pt = 1,3 mm (VH) x 3,2 mm (ZAB)
 - ⑤ **Informationstext** in Meta Normal LF Roman, 6 pt (VH) auf 9 pt (ZAB) = 1,3 mm (VH) x 3,2 mm (ZAB)
 - ⑥ **Rechtsgrundlagen, Erläuterungen** in Meta Normal LF Roman in 8 pt auf 10 pt = 1,85 mm (VH) x 3,4 mm (ZAB)

Fragebogenkopf/Rückseite



- ⑦ **Linienstärken** auf Fragebogenkopf Rückseite in 0,85 pt
- ⑧ **Raum für Anschriftänderung**

Die Rückseite des Kopfs fungiert als Rücksende-Abschnitt. Zum einen wird von der Erhebungsstelle die Rücksende-Adresse aufgedruckt, zum anderen bietet ein Feld dem Befragten Raum, eine eventuell falsche Anschrift bzw. Firmierung richtig zu stellen.

Das Diagramm zeigt die hierarchische Struktur eines Fragebogens mit folgenden Elementen:

- 1** Kapitel-Headline (II)
- 2** Definition
- 1.1** Frage (Satzstelle 50)
- 1.2** Frage (Satzstelle 51)
- Verbrauch = (50 % 51 + 52)
- 2** Frage-Headline
- III** Kapitel-Headline
- 2** Frage-Headline (Anmerkung)
- 2.1** Frage (Codierung 37)
- 3** Frage-Headline (Anmerkung)
- 3.1** Frage
- 3.2** Frage
- 3.3** Frage
- 3.4** Frage

Das Diagramm zeigt die hierarchische Struktur eines Fragebogens für die Produktion (ohne Handelsware) mit folgenden Elementen:

- 1** Zum Absatz bestimmt
- 2** Zur Weiterverarb. bestimmte Menge
- Maßeinheit
- ME-Schlüssel
- Menge
- Verkaufswert (ohne Umsatz- und Verbrauchssteuer, Frachtkosten, Rabatte) in vollen Einheiten
- 20 - 23
- KZ 1
- KZ 2
- KZ 3
- Verkaufswert insgesamt: KZ 4

① Schrift

Kapitel-Headline in Meta Medium LF Roman, 12 pt auf 11 pt = 2,8 mm (VH) x 3,8 mm (ZAB)

Frage-Headline in Meta Medium LF Roman, 8 pt auf 10 pt = 1,76 mm (VH) x 3,5 mm (ZAB)

Frage und Definition in Meta Normal LF Roman, 8 pt auf 10 pt = 1,76 mm (VH) x 3,5 mm (ZAB)

Anmerkung, Satzstelle und Codierung in Meta Normal LF Roman, 6 pt auf 9 pt = 1,3 mm (VH) x 3,2 mm (ZAB)

Grundsätzlich gilt:

Auszeichnungen in Meta Medium LF Roman, Texte sind linksbündig, Textfarbe ist 100% Schwarz (soweit nicht anders angegeben).

② Nummerierung

Kapitel tragen römische Ziffern in Meta Normal LF Roman 12 pt auf 11 pt = 2,8 mm (VH) x 3,7 mm (ZAB) (jeweils ohne Punkt am Schluss): I, IV,...usw.

Fragen werden akademisch mit arabischen Ziffern in Meta Medium LF Roman 8 pt auf 10 pt = 1,85 mm (VH) x 3,7 mm (ZAB) gegliedert (jeweils ohne Punkt am Schluss): 1, 1.1, 1.1.2 usw.

③ Linien

Linienstärke normal 0,85 pt, für Auszeichnungen 2 pt (100% der gewählten Grundfarbe).

Der **vertikale Abstand** zwischen den Linien beträgt in der Regel 8 mm!

④ Verweise

Verweise auf Erläuterungen zu den Fragen stehen vor den jeweiligen Fragepunkten mittig in Quadraten mit 3,2 mm Kantenlänge (Farbe des Quadrats ist 100% der gewählten Grundfarbe), **Ziffern** sind in Meta Medium LF Roman 6 pt = 1,3 mm (VH) (Farbe ist Weiß).

Sie werden **außerhalb des Inhaltsbereichs**, links oben bündig zur Umrahmung der zu erläuternden Frage positioniert.

⑤ Antwortfeld

Antwortfelder sind in der Regel 8 mm hoch, sie können im Bedarfsfall aber auch höher angelegt werden.

Auch die **Breite** der Antwortfelder kann frei gewählt werden, jedoch sind diese innerhalb eines Fragebogens fest definiert. **Ausnahme: offene Textantworten** ohne Begrenzung.

Anzukreuzende Antwortfelder sind in der Regel 8 mm x 8 mm groß.

⑥ Farbe

Jeder Fragebogen hat zusätzlich zur Textfarbe Schwarz eine **Grundfarbe**, diese könnte von Destatis z.B. für Erhebungszeiträume festgelegt werden. Der Einsatz der Grundfarbe und ihrer Farbwerte erhöht den Wiedererkennungswert und leitet den Ausfüllenden durch den Fragebogen.

Der **Hintergrund** des Fragebogens hat den mittleren Ton der gewählten Grundfarbe.

⑦ Vom Befragten auszufüllende Antwortfelder stehen auf Weiß und sind in 100% der Grundfarbe umrahmt.

⑧ Von der erhebenden Behörde auszufüllende Antwortfelder stehen auf dem helleren Ton der gewählten Grundfarbe.

⑨ Besonders wichtige Antwortfelder haben einen Rahmen in der Stärke 2 pt in 100% der gewählten Grundfarbe.

⑩ Codierungen stehen in 100% der gewählten Grundfarbe im Antwortfeld oben links.

⑪ Satzstellen stehen in der Regel in Schwarz links unten vor dem Antwortfeld.

VIII Umsatzsteuer im Geschäftsjahr 2000

	volle Euro
1 Umsatzsteuer, die Kunden in Rechnung gestellt wurde	87
2 Abzugsfähige Umsatzsteuer, die den Unternehmen von seinen Lieferanten in Rechnung gestellt wurde, sowie abzugsfähige Erwerb- und Einkaufsumsätzesteuer (Steuerertrag)	87
darunter abzugsfähige Vorsteuer auf den Käufen von Sachanlagen	81

IX Innerbetriebliche Forschung und Entwicklung im Geschäftsjahr 2000

1 Gesamtaufwendungen für innerbetriebliche Forschung und Entwicklung	35
2 Anzahl der für Forschung und Entwicklung eingesetzten Lohn- und Gehaltsempfänger	87

Bemerkungen (z.B. besondere Hinweise, falls außergewöhnliche Verhältnisse die Angaben beeinflussen haben)

Statistisches Bundesamt, Kostenstrukturhebung für das Jahr 2000

4

Kostenstrukturhebung für das Jahr 2000
Jahreshebung bei Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden

Rechtsgrundlagen, Hinweise und kurze Erläuterungen auf der Rückseite des Fragebogens.

Angehöriger bei Käufgen (Zweijahres-Angebot)

Statistisches Bundesamt
Abteilung IV
Gustav-Stresemann-Ring 11
65189 Wiesbaden

Die Rückfragen erreichen Sie unter:
Telefon: 0611/75-3101 oder 0611/75-2104
Telefax: 0611/75-1940

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

I Allgemeine Fragen

1 Geschäftsjahr: vom bis

2 Wirtschaftlicher Schwerpunkt des Unternehmens sowie weitere produzierende Tätigkeiten. Geben Sie bitte den gesamten Wirtschaftszweig entsprechend der befragten Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 1993 (WZ 93), an. Geben Sie bitte zuzum den Schwerpunkt an.

II Tätige Personen
Ende September 2000

	Anzahl
1 Tätige Inhaber(-innen), tätige Mithaber(-innen) sowie unbezahlt mitarbeitende Familienangehörige	21
2 Angestellte und Arbeiter(-innen), einsch. Heimarbeiter(-innen), Zuteiler(-innen), einsch. Auszubildende und Teilzeitbeschäftigte	22
darunter Auszubildende	23
3 Teilzeitbeschäftigte	24
4 Anzahl der Teilzeitbeschäftigten in Vollzeiteinheiten (z.B. 3 Halbtagsbeschäftigte ergeben 1,5 Teilzeitbeschäftigten in Vollzeiteinheiten)	25
Summe = (21 + 22)	22
5 Außerdem Lohnarbeitnehmer (von Zeitarbeitsunternehmen zur Verfügung gestelltes Personal)	26

III Gesamtleistung im Geschäftsjahr 2000

	volle Euro
1 Umsatz (ohne Umsatzsteuer)	
1.1 Umsatz aus eigenen Erzeugnissen sowie Wert der für Dritte geleisteten Lohnarbeiten (einschl. Lohnverrechnung und Erlöse für Reparaturen, Instandhaltung, Installationen, Montage u.Ä. (einschl. Materialen))	33
1.2 Umsatz aus Handelsware (vgl. 59)	32
1.3 Provisionen aus der Handelsvermittlung	30
1.4 Umsatz aus sonstigen Tätigkeiten	30
Gesamturnsatz = (33+32+30+30)	39

Statistisches Bundesamt, Kostenstrukturhebung für das Jahr 2000

Außenseite

1

Statistisches Bundesamt
Abteilung IV
Gustav-Stresemann-Ring 11
65189 Wiesbaden

Hier bitte gegebenenfalls vom Anschließ. angeben:

Unternehmen:
Abteilung:
Arbeitsbereich:
Telefon:
Telefax:

2 Bestände an unfertigen und fertigen Erzeugnissen aus eigener Produktion einschl. gezeigter und noch nicht abgerechneter Lohnarbeiten, Reparaturen, Instandhaltungen, Installationen, Montagen u.Ä. (ohne Roh- und Betriebsstoffe, ohne Handelsware)

	volle Euro
2.1 am Anfang des Geschäftsjahres 1999	31
2.2 am Ende des Geschäftsjahres 1999	32
Bestandsveränderung = (42 - 41)	1

3 Selbst erstellte Anlagen (einschl. Gebäude und selbst durchgeführte Großreparaturen) zu Herstellungskosten, soweit aktiviert, im Geschäftsjahr 2000

	volle Euro
Einsatz (vgl. auch 37) = (56 - 57 + 58)	54

IV Rohstoffe & sonstige fremdbezogene Vorprodukte, Hilfs- / Betriebsstoffe (Energie, Brennstoffe, Energie und Wasser, Blei- und Werkmaterial sowie nichtabwertende geringwertige Wirtschaftsgüter, jedoch ohne Handelsware und ohne Kosten für durch andere Unternehmen ausgelieferte Lohnarbeiten) zu Anschaffungskosten, ohne Umsatzsteuer, die als Vorsteuer abzugsfähig ist, im Geschäftsjahr 1999

	volle Euro
1 Bestände	
1.1 am Anfang des Geschäftsjahres 1999	30
1.2 am Ende des Geschäftsjahres 1999	31
1.3 Eingänge (Einkäufe)	32
Verbrauch = (50 - 51 + 52)	53
darunter Energieverbrauch (ohne Rohstoffe) - keine Mengenangaben - (Brenn- und Treibstoffe, Elektrizität, Gas, Wärme u. dgl.)	54

V Handelsware zu Anschaffungskosten, ohne Umsatzsteuer, die als Vorsteuer abzugsfähig ist, im Geschäftsjahr 2000

	volle Euro
1 Bestände	
1.1 am Anfang des Geschäftsjahres 1999	34
1.2 am Ende des Geschäftsjahres 1999	35
1.3 Eingänge (Einkäufe)	36
Einsatz (vgl. auch 37) = (56 - 57 + 58)	54

Statistisches Bundesamt, Kostenstrukturhebung für das Jahr 2000

2

VI Kosten
(ohne Materialverbrauch, ohne Einsatz an Handelsware) im Geschäftsjahr 2000

Bitte beachten Sie, dass alle Aufwendungen, die den nachstehenden Teilbeständen entsprechen, vollständig zugerechnet werden. Nicht zu melden sind hier Aufwendungen, die nicht unmittelbar aus der laufenden Produktion resultieren, und betriebsfremde Aufwendungen.

Als Kosten sind die auf das Geschäftsjahr entfallenden Beträge anzugeben, nicht die in diesem Geschäftsjahr tatsächlich gezahlten Nachzahlungen für vorhergehende Jahre und Vorauszahlungen für spätere dürfen daher in den Zahlenangaben nicht enthalten sein.

Wenn Kosten mit Umsatzsteuer belastet sind, die als Vorsteuer abzugsfähig ist, sind die betriebsfremde Kosten anzugeben.

1 Bruttoeinkaufssumme und Bruttoeinkaufssumme (einschl. Arbeitnehmeranteile zur Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung, jedoch ohne Arbeitgeberanteile)

	volle Euro
1 Bruttoeinkaufssumme und Bruttoeinkaufssumme (einschl. Arbeitnehmeranteile zur Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung, jedoch ohne Arbeitgeberanteile)	60
2 Sozialkosten	
2.1 Gesetzlich vorgeschriebene Sozialkosten (für Arbeitgeberanteile zur Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung, Berufsgenossenschaftsbeiträge u.Ä.)	61
2.2 Sonstige Sozialkosten (z.B. Beihilfen und Zuschüsse im Krankheitsfall, Aufwendungen für die betriebliche Altersversorgung, Beiträge zur Aus- und Fortbildung und dgl.)	62
3 Kosten für Lohnarbeitnehmer (durch Dritte zur Verfügung gestelltes Personal)	63
4 Kosten für durch andere Unternehmen ausgelieferte Lohnarbeiten	64
5 Kosten für Reparaturen, Instandhaltungen, Installationen, Montagen u.Ä. (für fremde Leistungen)	65
6 Mieten und Pachten (z.B. gemietete und gepachtete Produktionsmaschinen, Datenverarbeitungsanlagen, Fahrzeugparks, Fabrikations- und Lagerfläche einschl. Kosten für Leasing, jedoch ohne kalkulatorische Mieten)	66
darunter Kosten für langfristig gemietete (mehr als ein Jahr) und mit Operating-Leasing beschaffte Sachanlagen	67
7 Sonstige Kosten (z.B. Werbekosten (Marketingagenturen usw.), Vertreterkosten, Reisekosten, Provisionen, Lizenzgebühren, Kosten für Gütern, Ausgangsgüter und sonstige Kosten für den Abrufen von Gütern durch fremde Unternehmen, Porto und Postgebühren, Ausgaben für durch Dritte durchgeführte Befehle der Lohn- und Gehaltsempfänger zwischen Wohnort und Arbeitsort, Versicherungsbeiträge (einschl. Versicherungsgebühren), Postgebühren und Rechtskosten, Bankzinsen, Beiträge zur Industrie- und Handelskammer, zur Handwerkskammer, zu Wirtschaftsbänden und dgl., jedoch ohne Kosten für Büro- und Werbematerial sowie Energieverbrauch (gehört zu Pos. IV) usw., ohne kalkulatorische Kosten) Nicht anzugeben sind Aufwendungen, die nicht unmittelbar aus der laufenden Produktion resultieren, und betriebsfremde Aufwendungen	68
darunter gezahlte Versicherungsbeiträge	69
8 Steuern sowie öffentliche Gebühren und Beiträge (z.B. Grundsteuer, Gewerbesteuer, Kraftfahrzeugsteuer, Verbrauchsteuern, ohne Einkommen- und Körperschaftsteuer, ohne Unternehmenssteuer, ohne Umsatzsteuer, ohne Verbrauchsteuern, ohne Umsatzsteuer)	70
darunter Verbrauchsteuern (nur auf selbst hergestellte Erzeugnisse)	71
9 Steuerliche Abschreibungen auf Sachanlagen (Die steuerlichen Abschreibungen sind ohne die in den Erläuterungen aufgeführten Sondervergingstigungen anzugeben.)	72
10 Fremdkapitalzinsen (ohne Bankzinsen)	73
Summe = (60 bis 66 + 68 + 71 + 74 + 75)	74

VII Subventionen

1 Subventionen für die laufende Produktion im Geschäftsjahr 1999	75
------------------------------------------------------------------	----

Statistisches Bundesamt, Kostenstrukturhebung für das Jahr 2000

Innenseite

3

Vollständige Darstellung aller Seiten des Fragebogen-Beispiels „Kostenstrukturhebung für das Jahr 2001“.

Der Kopf des Fragebogens befindet sich auf der Titelseite (Seite 1), die Rückseite des Kopfs muss demnach auf Seite 2

liegen (hier: linke Innenseite).

Statistik der Kinder- und Jugendhilfe

Institutionelle Beratung 2001

Statistisches Landesamt
Abteilung XY
Musterstrasse
Musterstadt

Bei Rückfragen erreichen Sie uns unter:
Telefon: 0611/75-3301
oder: 0611/75-2304
Telefax: 0611/75-3940

Falls Anschrift oder Firmierung nicht mehr zutrifft, bitte auf der Rückseite berichtigen

Rechtsgrundlagen, Hinweise und kurze Erläuterungen auf der Rückseite des Fragebogendoppels.

Ansprechpartner bei Rückfragen (freiwillige Angabe)

Name:

Telefon:

Ort, Datum, Unterschrift

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit !

Kennnummer (bei Rückfragen bitte angeben):

Kennnummer:

Rücksendung bitte bis spätestens:

Kreis	Gemeinde	Gemeindeteil	Lfd.-Nummer	
_ _ _ _	_ _ _ _	_ _ _ _	_ _ _ _	1- 14

I Allgemeine Fragen	
1	Art des Trägers
1.1	Träger der öffentlichen Jugendhilfe 1
1.2	Träger der freien Jugendhilfe 15
2	Beginn der Beratung 16- 21
Monat	Jahr
3	Ende der Beratung 22- 27
Monat	Jahr
4	Beendigungsgrund
4.1	Beratung wurde einvernehmlich beendet 1
4.2	Der letzte Beratungskontakt liegt mehr als 6 Monate zurück 2
4.3	Weiterverweisung 28
II	Angaben zu dem beratenen jungen Menschen
1	Geschlecht
1.1	männlich 1
1.2	weiblich 29
2	Alter
2.1	unter 3 Jahre 1
2.2	3 bis unter 6 Jahre 2
2.3	6 bis unter 9 Jahre 3
2.4	9 bis unter 12 Jahre 4
2.5	12 bis unter 15 Jahre 5
2.6	15 bis unter 18 Jahre 6
2.7	18 bis unter 21 Jahre 7
2.8	21 bis unter 24 Jahre 8
2.9	24 bis unter 27 Jahre 9
2.10	27 bis unter 30 Jahre 30
3	Junger Mensch lebt
3.1	bei den Eltern 01
3.2	bei einem Elternteil mit Stiefelternteil oder Partner 02
3.3	bei allein erziehendem Elternteil 03
3.4	bei Großeltern/Verwandten 04
3.5	in einer Pflegefamilie 05
3.6	in einem Heim 06
3.7	in einer Wohngemeinschaft 07
3.8	in einer Wohnung 08
3.9	ohne feste Unterkunft 09
3.10	an unbekanntem Ort 10
3.11	an unbekanntem Ort 31-32

4 Staatsangehörigkeit	
4.1	deutsch 1
4.2	nicht deutsch 2
4.3	unbekannt 33
5	Geschwister 34-35
5.1	Zahl der Geschwister
5.2	unbekannt 36

bitte wenden

Statistisches Bundesamt, Statistik der Kinder- und Jugendhilfe, 2001 1

Titelseite des Fragebogen-Beispiels „Statistik der Kinder- und Jugendhilfe“. Der Fragebogeninhalt ist 3-spaltig gesetzt, der Spaltenabstand beträgt hier 7 mm. Nahezu alle Fragen sind anzukreuzen. Der Rahmen der dritten (rechten) Spalte wird,

unabhängig vom Inhalt, nach unten hin bündig mit den anderen Rahmen verlängert. Das steht hier beispielhaft für alle Fragebogen. Im Logofreiraum könnte hier das Logo des erhebenden Landesamts eingesetzt werden.

Vierteljährliche Produktionserhebung

Beispiel Landesamt, Abt. XY, Musterstadt

Beispiel Landesamt
Abteilung XY
Musterstadt

Ihr Ansprechpartner für Rückfragen in der Erhebungsstelle:
Name: _____
E-Mail: _____
Telefon: _____

Falls Anschrift oder Firmierung nicht mehr zutrifft, bitte berichtigen

Meldung erfolgt für Betrieb (Werk) in (PLZ, Ort)

Rücksendung bitte bis spätestens:

Durchschreibesatz! Bitte erst ausfüllen, dann trennen und 1. Blatt einsenden. Rechtsgrundlagen, Hinweise und kurze Erläuterungen auf der Rückseite des Fragebogendoppels.

Ansprechpartner bei Rückfragen (freiwillige Angabe)
Name:
Telefon:
Ort, Datum, Unterschrift:

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit !

Betriebsnummer (bei Rückfragen bitte angeben)

Betriebsnummer: Statistik-Nummer **010**

Unternehmensnummer

Berichtsquartal/Jahr

Güterart nach dem Systematischen Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken Ausgabe 1995		Meldenummer des Güterverzeichnisses mit Zusatzziffer	Maßeinheit	ME-Schlüssel	Produktion (ohne Handelsware)		Zur Weiterverarb. bestimmte Menge
					Zum Absatz bestimmt	Zur Weiterverarb. bestimmte Menge	
					Menge	Verkaufswert (ohne Umsatz- u. Verbrauchssteuer, Frachtkosten, Rabatte) in vollen Einheiten	
Im letzten Jahr gemeldete Güterarten sind vorgedruckt. Andere hergestellte Güterarten bitte nachtragen.		SST	10 - 19	20 - 23			
					KZ 1	KZ 2	KZ 3
Verkaufswert insgesamt:						KZ 4	

Bemerkungen (Wir bitten Sie um Hinweise, falls außergewöhnliche Verhältnisse die Angaben beeinflusst haben)

1 Hier ist auch die Lohnarbeit gesondert zu melden. Sie ist bei den 9-stelligen Meldenummern durch Hinzufügen einer „2“ als 10. Stelle zu kennzeichnen.

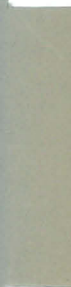
2 Nur bei den im Systematischen Güterverzeichnis für Produktionsstatistik mit (*) gekennzeichneten Meldenummern. Die zur Weiterverarbeitung bestimmte Produktionsmenge ist nur dann zu melden, wenn die Weiterverarbeitung im berichtenden Betrieb, mit einem anderen Betrieb desselben Unternehmens oder von einem anderen Unternehmen in Lohnauftrag durchgeführt wird.

Statistisches Bundesamt, Vierteljährliche Produktionserhebung, November 2001 1

Fragebogen-Beispiel „Vierteljährliche Produktionserhebung“. Er steht modellhaft für einen Fragebogen in Tabellenform.

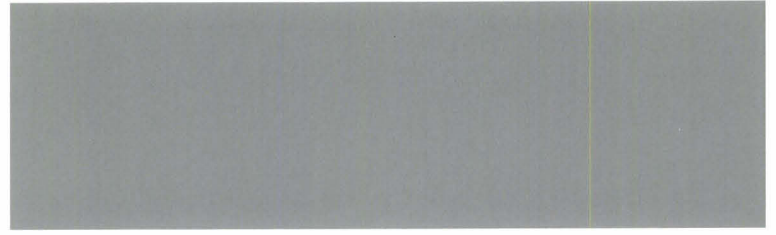
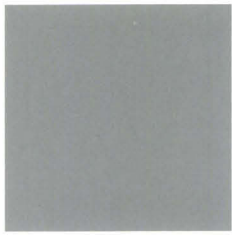
Im Logofreiraum könnte das Logo des erhebenden Landesamts eingesetzt werden.

Internet

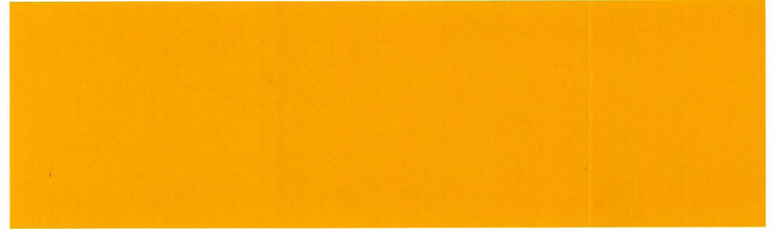
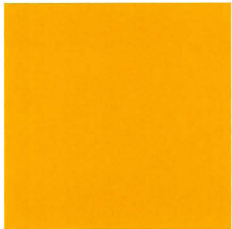




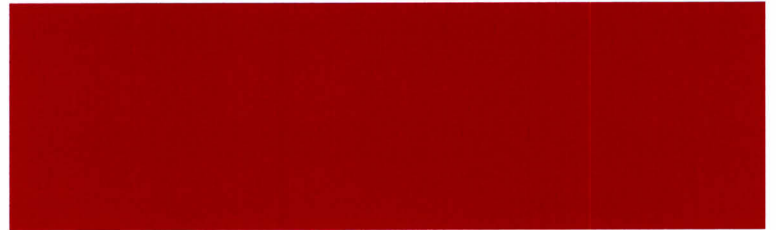
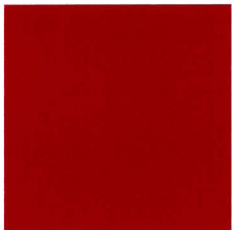
Referenz-Farben in Pantone C Primärfarben/Logofarben



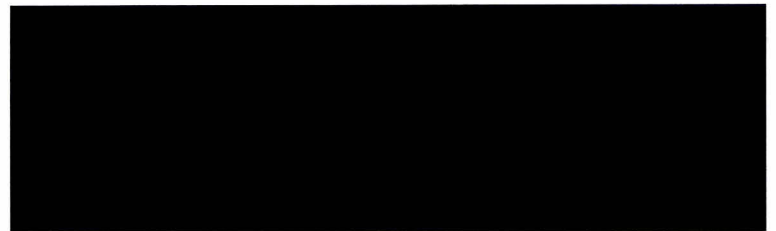
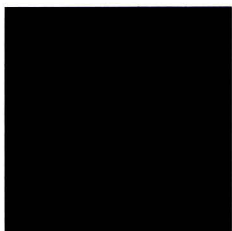
Pantone C: 429 (Logofarbe)



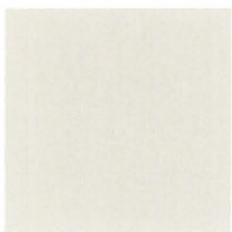
Pantone C: 123 (Logofarbe)



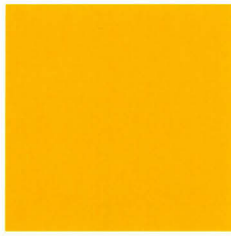
Pantone C: 1797 (Logofarbe)



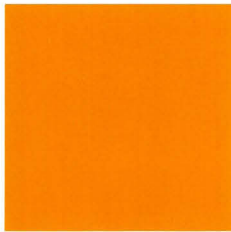
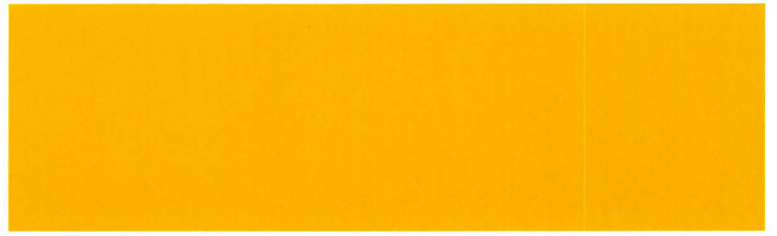
Pantone C: Process Black (Logofarbe)



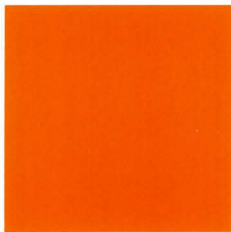
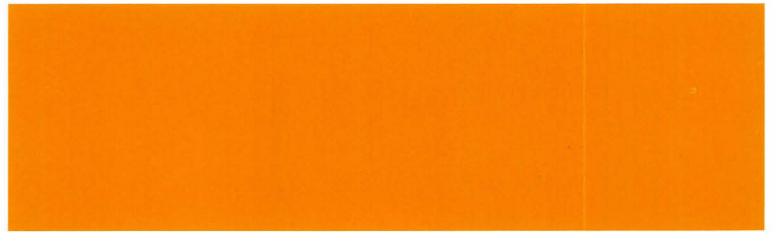
Pantone C: 427 (Hintergrundfarbe)



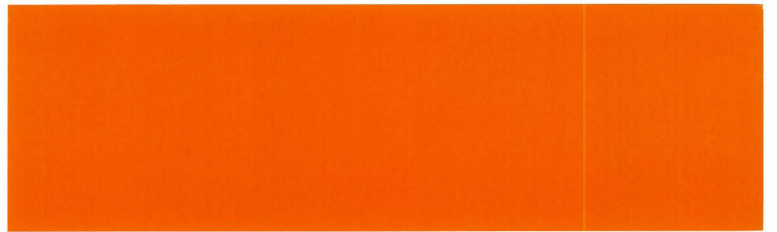
Pantone C: 116



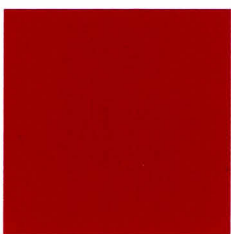
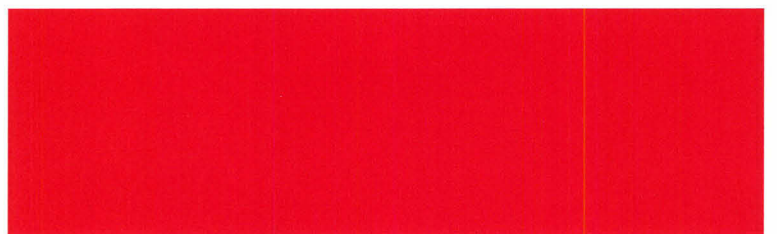
Pantone C: 1235



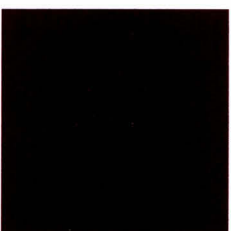
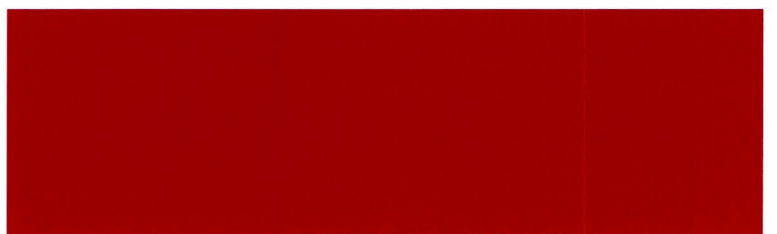
Pantone C: 1375



Pantone C: 171



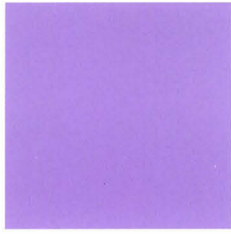
Pantone C: 1797



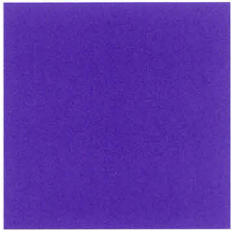
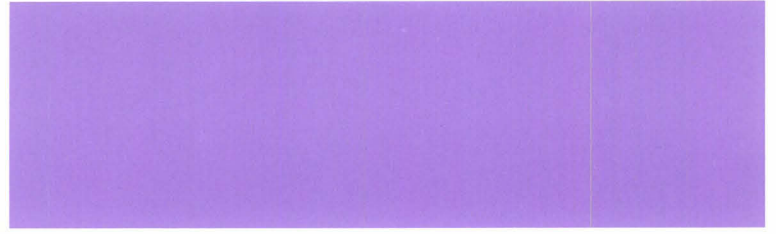
Pantone C: 202



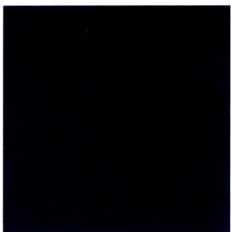
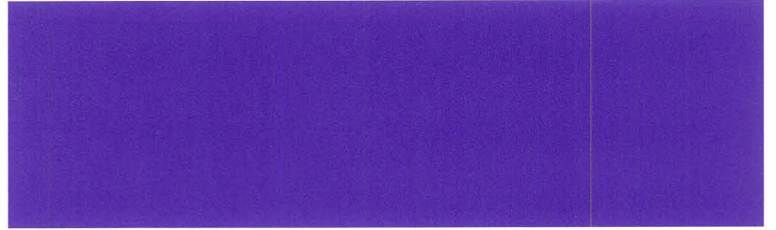
Referenz-Farben in Pantone C
Sekundärfarben/Violett – Blau



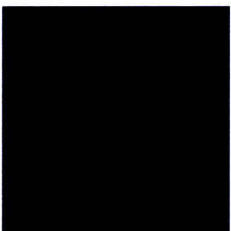
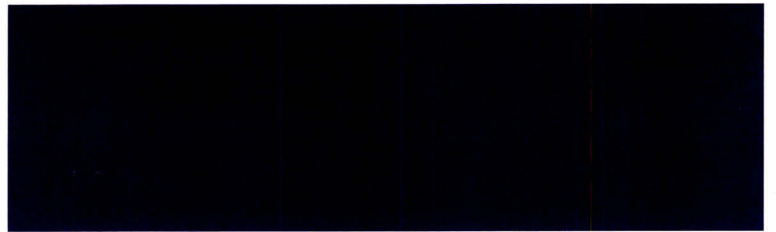
Pantone C: 2567



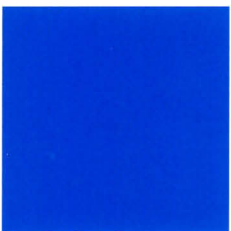
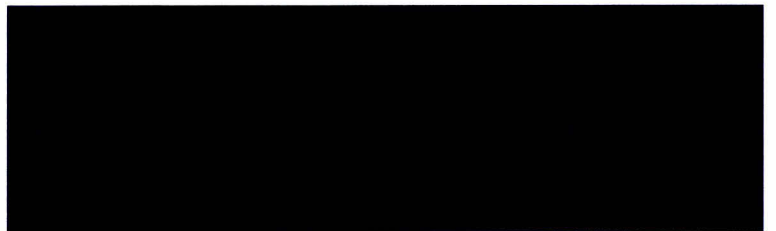
Pantone C: 2655



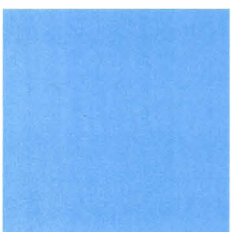
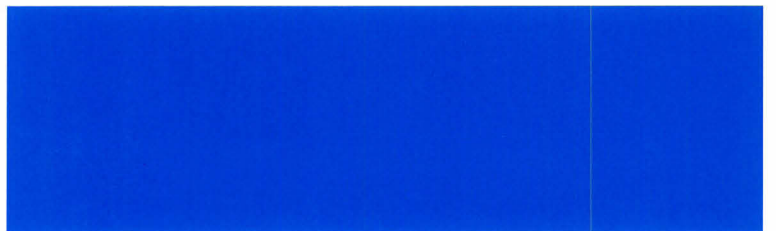
Pantone C: 668



Pantone C: 534



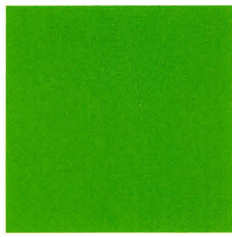
Pantone C: 285



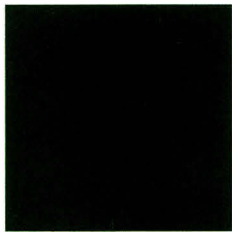
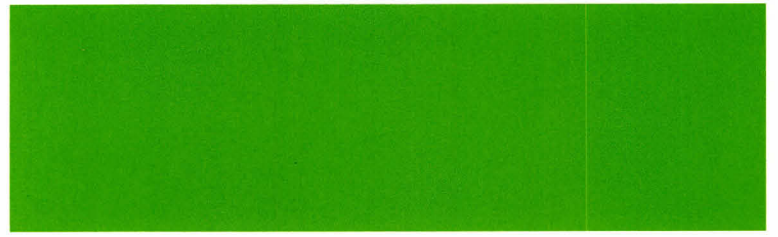
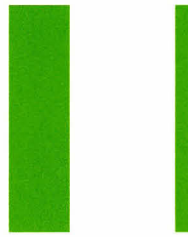
Pantone C: 292



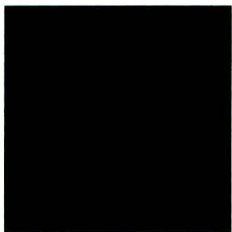
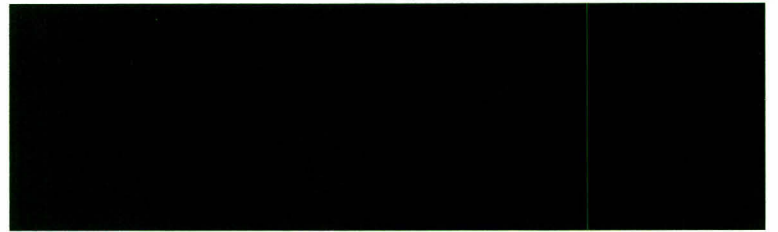
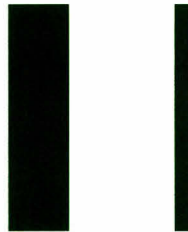
Referenz-Farben in Pantone C
Sekundärfarben/Grün – Grau



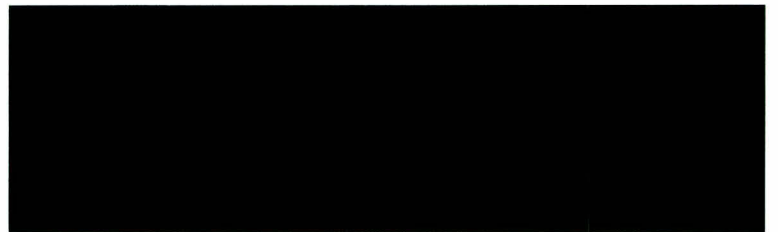
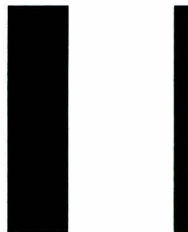
Pantone C: 360



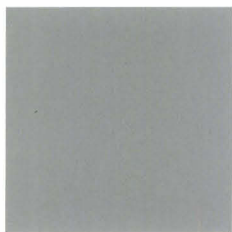
Pantone C: 348



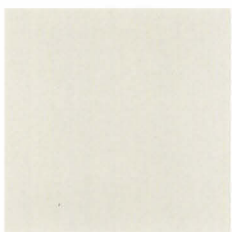
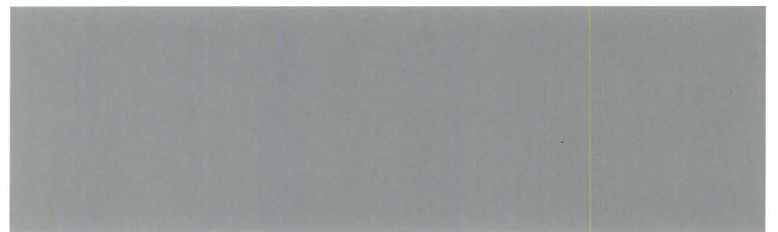
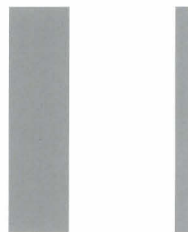
Pantone C: 7484



Pantone C: Cool Gray 11



Pantone C: 429



Pantone C: 427

