

FFG

Forschung wirkt.

Kurzfassung Corporate Design Manual

Wien am 17.11.2023

Impressum und Kontakt

Österreichische
Forschungsförderungsgesellschaft mbH
Sensengasse 1, 1090 Wien
T +43 (0) 5 77 55 - 0
kommunikation@ffg.at
www.ffg.at/logo

Das Corporate Design der FFG wurde 2018 im Zuge
eines Relaunches überarbeitet und mit der Zeit sinnvoll
weiterentwickelt und angepasst.

Kurzfassung des Corporate Design Manuals der FFG
5. Auflage, Wien am 02.11.2022

Alle Rechte vorbehalten.
Österreichische
Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Inhalt

1 EINLEITUNG	3
2 LOGO	
Das FFG Logo als Wort-Bild-Marke	4
Auf die Größe kommt es an!	5
Logo-Varianten	6
Farbliche Ausprägungen	7
Richtige Anwendungen	8
Falsche Anwendungen	9
3 TYPOGRAFIE	
Hausschrift FF DIN	10
Systemschrift Calibri	11
Schreibweisen	12
4 FARBEN	
Primärfarben	13
Sekundärfarben	14
Weitere Sekundärfarben	15
5 GRUNDGESTALTUNG	
Bubbles	16
Zitate	17
Störer	19
Themen & Schwerpunkte	20
6 PRODUKTION	
Allgemein	23
Farbprofile	24

Wir fördern Zukunft.

Forschung wirkt. FFG bewegt.

Forschung, Entwicklung, Innovationen und Infrastruktur sind der Schlüssel für nachhaltigen Wohlstand und für wirtschaftliche Erfolge. Forschung und Innovation gibt die richtige Antwort auf die großen Herausforderungen der Gesellschaft.

Forschungsförderung durch die FFG bedeutet sowohl die nachhaltige Investition von öffentlichen Geldern in anwendungsnahe Forschung, Innovation und Infrastruktur, als auch die Unterstützung von Kooperationen – national, europäisch und international. Mit Expertise und Engagement steht die FFG als One-stop Shop für eine effiziente Abwicklung von Förderungen: Damit rot-weiß-rote Innovationen entstehen können, sorgt sie für einen zuverlässigen, unkomplizierten Zugang zu Förderungen.

Corporate Design: Mehr als nur ein Logo

Der frische, reduzierte Auftritt unterstreicht unseren Anspruch, die Zukunft mitzugestalten. Dabei betont ein zeitgemäßer, einheitlicher Auftritt nach außen die Wahrnehmung der FFG und stärkt sich in einem hohen Wiedererkennungswert.

Die visuellen Elemente der Marke „FFG“ – das sind neben dem Logo beispielsweise auch unsere Schriftart, Farben, Bildwelt – geben dem FFG Auftritt Struktur und ein Gesicht. Mit einem klaren optischen Profil wollen wir unsere Marke stärken und unserer Community und der Öffentlichkeit Orientierung in unserem Tun vermitteln.

Der Nachhaltigkeit verpflichtet

Als Unternehmen des Bundes achten wir bei Beschaffungen besonders auf einen umweltbewussten und kosteneffizienten Umgang mit Ressourcen und Materialien. Digitalen und barrierefreien Kommunikationsmitteln geben wir den Vorzug.

Das Corporate Design Manual richtet sich verbindlich an alle, die Teil der FFG sind und mit der Umsetzung des FFG Corporate Designs betraut sind.



Wir wünschen gutes Gelingen!

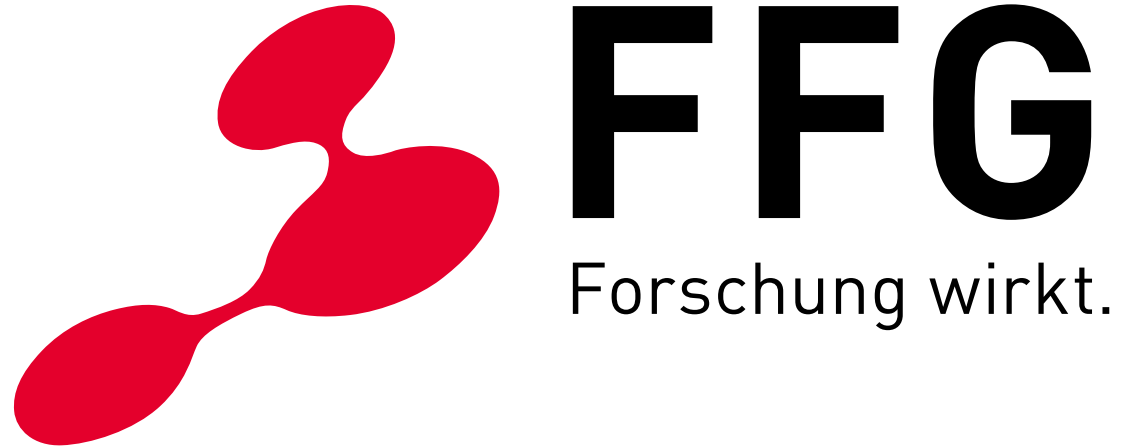
Karin Tausz und Henrietta Egerth-Stadlhuber
Geschäftsführerinnen der Österreichischen
Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Wien im November 2023

Das FFG Logo als Wort-Bild-Marke

Das FFG Logo ist eine Wort-Bild-Marke und besteht aus drei Elementen:

- dem roten amorphen Element (Bildmarke),
- dem Schriftzug FFG (Wortmarke) und
- dem Claim „Forschung wirkt.“ in schwarz.



Auf die Größe kommt es an!

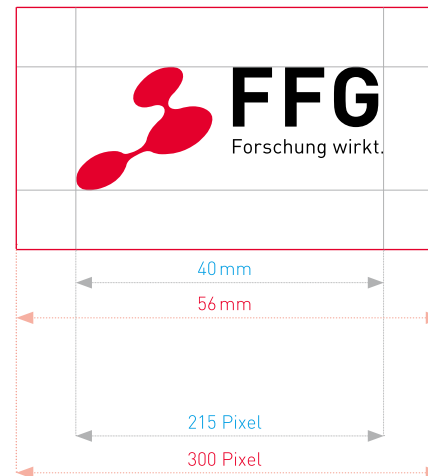
Das Logo ist das bekannteste und somit auch sichtbarste Element des Corporate Designs der FFG.

Um zu gewährleisten, dass das FFG Logo nicht eingezwängt wird, ist rund um das Logo ein sogenannter geschützter Bereich vorgeschrieben. Dieser darf nicht unterschritten werden und entspricht der Höhe eines „F“ im FFG Logo.



Mediengröße = Schutzzone

Zur Erleichterung wurden alle LogoverSIONen bereits mit dieser Schutzzone angelegt und stehen in verschiedenen Formaten unter www.ffg.at/logo zum Download zur Verfügung. Bitte beachten Sie, dass sowohl für die Verwendung des FFG Logos, als auch für die Verwendung von anderen Elementen des Corporate Designs die Zustimmung der Unternehmenskommunikation der FFG erforderlich ist. (Kontakt: kommunikation@ffg.at)



Anwendung Print

Anwendung digital

Die Mindestgröße des Logos beträgt 40 mm Breite (215 Pixel). Das entspricht inkl. Schutzzone einer Breite von 56 mm (300 Pixel).

Ab dem Unterschreiten dieser Größe kann die Lesbarkeit des Claims nicht gewährleistet werden. Nur in diesem Fall darf das FFG Logo ohne Claim verwendet werden.

Logo-Varianten

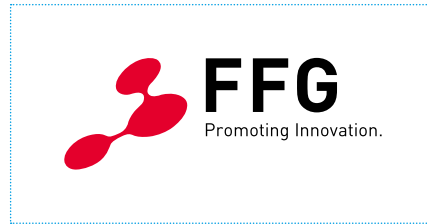
FFG Logo Claim Deutsch

Die Standardvariante ist das Logo mit deutschem Claim.



FFG Logo Claim Englisch

Für den internationalen Gebrauch kommt das Logo mit englischem Claim zum Einsatz.



FFG Logo ohne Claim

Die Variante ohne Claim ist nur ab dem Unterschreiten der Mindestgröße zulässig.

■ Näheres dazu auf Seite 5.



Farbliche Ausprägungen

FFG Logo Farbe

Das FFG Logo wird grundsätzlich in Farbe angewendet.

■ Näheres dazu auf Seite 8.



FFG Logo weiß

Auf dunklen Hintergründen und Bildern darf das Logo nur in weiß angewendet werden.

■ Näheres dazu auf Seite 8.



FFG Logo Schwarz oder Graustufen

In begründeten Fällen darf das FFG Logo in Graustufen oder reinem Schwarz verwendet werden.

■ Näheres dazu auf Seite 8.



Richtige Anwendungen

Digitale Anwendung

Website, Newsletter,
E-Mail Signatur etc.

Farbmodus RGB
Dateiformat JPG oder PNG



FFG_Logo_2018_RGB_deutsch.jpg
FFG_Logo_2018_RGB_deutsch.png

Verwendung im Druck Klassische Werbemittel

Folder, Geschäftsdrucksorten etc.

Farbmodus CMYK
Dateiformat AI oder EPS



FFG_Logo_2018_CMYK_deutsch.ai

Verwendung im Druck Spezielle Werbemittel

Entsprechend der
Produktionsanforderungen

Farbmodus Pantone
Dateiformat AI oder EPS



FFG_Logo_2018_Pantone185_deutsch.ai



FFG_Logo_2018_CMYK_white_deutsch.ai

Falsche Anwendungen

Das FFG Logo ist das bekannteste und somit auch sichtbarste Element unseres Corporate Designs. Deshalb ist es uns wichtig, dass es richtig, wie oben beschrieben verwendet wird!

Für die Verwendung des Logos und andere Elemente des Corporate Designs der FFG ist die Zustimmung der FFG erforderlich (kommunikation@ffg.at). Die Verwendung des FFG-Logos ist ausschließlich in den dar-

gestellten Varianten zulässig. Die Elemente des Logos dürfen in keiner Art und Weise verändert werden (Ausnahme: proportionale Skalierung). Verzerrungen, Beschneidungen, Einfärbungen, Umstellungen sind untersagt.

So bitte keines Falls!

Verzerrung/Neigung/Spiegelung

Platzierung des farbigen Logos auf farbigem Hintergrund oder Foto

Teilweise oder vollständige Einfärbung

Teilweise Größenänderung oder andere Anordnung der Elemente



Hausschrift FF DIN

Für das Erscheinungsbild der FFG wurde die Schrift FF DIN gewählt. In sämtlichen Drucksorten kommt ausschließlich diese Schrift in den Schnitten Light, Regular, Bold und Black zum Einsatz.

Fließtext, Auszeichnungen und Überschriften

Für den normalen Fließtext verwenden wir den Schnitt FF DIN Regular, für Auszeichnungen innerhalb des Fließtextes steht der Schriftschnitt FF DIN Bold zur Verfügung. Überschriften werden im Schnitt FF DIN Black gesetzt. Hervorhebungen sind auch durch den Einsatz der Corporate Farbe Rot zulässig. Allerdings sollte das behutsam und reduziert erfolgen!

Die Werte für das Corporate Rot entnehmen Sie bitte dem Kapitel Primärfarben.

■ Näheres dazu auf Seite 13.

Generell sollte auf Hervorhebungen wie **W o r t e s p e r r e n**, **SATZTEILE IN VERSALIEN SCHREIBEN** oder Unterstreichungen setzen, verzichtet werden.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!β€&%@) 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!β€&%@) 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!β€&%@) 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!β€&%@) 0123456789

Systemschrift Calibri

Für die Bearbeitung von FFG-Dokumenten wird die Systemchrift Calibri in den Schnitten Light, Regular, Italic und Bold eingesetzt.

Fließtext, Auszeichnungen und Überschriften

Für den normalen Fließtext kommt der Schnitt Calibri Regular zum Einsatz, für Auszeichnungen innerhalb des Fließtextes steht der Schriftschnitt Calibri Italic zur Verfügung. Überschriften werden im Schnitt Calibri Bold gesetzt. Hervorhebungen können auch durch den Einsatz der Corporate Farbe Rot vorgenommen werden. Allerdings sollte das behutsam und reduziert erfolgen!

Die Werte für das Corporate Rot entnehmen Sie bitte dem Kapitel Primärfarben.

■ Näheres dazu auf Seite 13.

Generell sollte auf Hervorhebungen wie **W o r t e s p e r r e n**, **SATZTEILE IN VERSALIEN**, **SCHREIBEN** oder Unterstreichungen setzen, verzichtet werden.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!ß€&%@) 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!ß€&%@) 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!ß€&%@) 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!ß€&%@) 0123456789

Schreibweisen

Die bevorzugte Schreibweise des Unternehmensnamens in Texten lautet

Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG

Idealerweise wird der Unternehmensname 2-zeilig geschrieben. Das Wort „Forschungsförderungsgesellschaft“ soll nur in Ausnahmen getrennt werden.

Falls der volle Unternehmensname innerhalb eines Textes schon einmal verwendet wurde, wird in Folge die Abkürzung **FFG** angeführt.

Folgende Varianten des Unternehmensnamens sind ebenfalls zulässig:

- Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft
- Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH
- Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH FFG
- Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH (FFG)

Im Englischen lautet der Unternehmensname

Austrian Research Promotion Agency FFG

Schreibweise des Unternehmensnamens Adresse national

Die FFG Adressen werden bis auf wenige Ausnahmen wie folgt geschrieben:

Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG Sensengasse 1 1090 Wien

Bei wenig Platz (z.B. Stempel) kann die Postleitzahl mit Ort auch vor der Straße/Gasse stehen. Diese werden dann durch einen Beistrich oder ein Verkettungszeichen "I" getrennt.

Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG 1090 Wien, Sensengasse 1

Schreibweise des Unternehmensnamens Adresse international

International gilt die Schreibweise

Austrian Research Promotion Agency FFG Sensengasse 1 1090 Vienna, Austria

Schreibweise Telefonnummern

Telefonnummern werden wie folgt geschrieben:

T +43 (0) 5 77 55 - 0
M +43 (0) 664 88 54 021

Dabei sollte bei der Angabe der Festnetznummer darauf geachtet werden, Leerzeichen wie oben angeführt zu verwenden.

Primärfarben

Die Primärfarben des Unternehmens FFG leiten sich aus den verwendeten Logofarben ab. Obwohl die Farben Rot und Schwarz in verschiedenen Farbsystemen eigens definiert wurden, besteht die Möglichkeit, dass farbliche Abweichungen auftreten. Abhängig von Material, Papiersorten, Veredelungen, etc. können Wirkung und Kraft der Farben sehr beeinflusst werden.

Wir empfehlen deshalb, die Farben bei jeder Drucksorte zu kontrollieren und beispielsweise bei einem Probedruck (Andruck) abzustimmen.



CMYK 0 | 100 | 80 | 0
RGB 228 | 3 | 46
Web #E1052D
Pantone 185C | 185U
RAL 3020
NCS S2060-R10B



CMYK 0 | 0 | 0 | 100
RGB 0 | 0 | 0
Web #000000
Pantone Prc schwarz
RAL 9005
NCS S8500-N

Sekundärfarben

Für die unterschiedlichen Anwendungsbereiche der FFG wurde ein umfangreiches Farbsystem erstellt.

Diese Sekundärfarben dienen hauptsächlich dazu, um komplexen Tabellen, Diagrammen und Infografiken ein ansprechendes Erscheinungsbild zu geben.







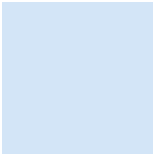





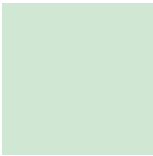





Es gelten dieselben Regeln und Bestimmung, die bei den Primärfarben zur Anwendung kommen.

Insgesamt wurden acht Sekundärfarben inklusive vier Helligkeitsabstufungen definiert. Nebst dem FFG Rot sollten hauptsächlich das Blau und das Grün dieser Seite zum Einsatz kommen. Die anderen sechs Sekundärfarben finden Sie auf der Folgeseite.

Obgleich hier die Funktion der Barrierefreiheit in Kombination Hintergrundfarbe/Schriftfarbe angeführt wird, wird nicht gewährleistet, daß dies in jeder Schriftgröße funktioniert.

Eine genaue Prüfung finden Sie auf:
www.leserlich.info/werkzeuge/kontrastrechner/

Hauptfarbwert

					
CMYK	5 40 36 0	0 65 50 0	0 100 80 0	0 90 75 25	10 100 80 50
RGB	237 173 155	239 119 110	228 3 46	186 45 44	130 16 24
Web	EDAD9B	EF776E	E4032E	B80C23	821018
 Barrierefreie Schriftfarbe	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>
					
CMYK	20 5 0 0	45 15 0 0	70 30 0 10	85 35 0 40	100 40 0 75
RGB	212 229 247	150 192 232	69 140 195	0 93 140	0 43 75
Web	D4E5F7	96C0E8	458CC3	005D8C	002B4B
 Barrierefreie Schriftfarbe	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>
					
CMYK	23 0 22 0	45 0 50 0	70 0 90 35	0 90 100 60	0 100 80 0
RGB	208 231 212	156 205 154	59 131 53	0 86 31	0 54 17
Web	D0E6D4	9CCC9A	3A8234	00561E	003610
 Barrierefreie Schriftfarbe	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>

Weitere Sekundärfarben

	Hauptfarbwert					Hauptfarbwert				
CMYK	5 14 0 0	5 22 0 15	15 40 0 35	20 45 3 60	40 65 0 75	20 3 10 0	40 0 15 0	65 7 30 5	100 7 40 35	100 10 30 65
RGB	242 227 241	214 191 208	161 129 155	111 86 106	68 41 67	213 231 232	164 216 222	83 174 178	0 111 119	0 72 85
Web	F2E3F0	D5BECF	A1809A	6F5569	432842	D5E7E8	A4D7DE	52ADB2	006F76	004754
Barrierefreie Schriftfarbe	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>
CMYK	5 0 16 5	15 0 35 0	25 0 65 0	40 0 100 35	59 0 100 70	0 20 40 0	0 35 60 0	0 55 72 0	0 68 85 8	0 80 100 40
RGB	238 239 218	227 236 188	209 221 119	128 150 12	50 83 15	253 213 165	249 182 114	242 139 78	223 102 45	160 57 3
Web	EDEFDA	E3EBBB	D1DD77	80950C	31520E	FCD5A5	F8B672	F18A4E	DE662C	9F3803
Barrierefreie Schriftfarbe	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>
CMYK	15 0 15 0	35 0 30 0	70 0 50 10	80 10 60 40	100 20 55 70	0 3 33 0	0 10 55 0	5 16 75 0	0 22 96 19	0 36 100 60
RGB	225 239 227	180 218 195	59 168 142	5 113 90	0 60 57	255 244 191	255 228 139	247 211 85	217 173 0	129 94 0
Web	E1EFE2	B4DAC3	3BA78D	04705A	003C38	FFF4BF	FFE48B	F6D254	D8AD00	815D00
Barrierefreie Schriftfarbe	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>	Weiss <input checked="" type="checkbox"/> Schwarz <input checked="" type="checkbox"/>

Bubbles

Die FFG Bubbles sind ein wesentliches, „liquides“ Stilelement des Corporate Designs. Sie leiten sich aus dem FFG Logo ab.

Funktion der Bubbles:

- als Positionierungsfläche für das FFG Logo und / oder eine Headline, etc.
- als neutrales Gestaltungselement
- Weiße Bubbles werden in Kombination mit dem FFG Logo in Farbe eingesetzt.
- Rote Bubbles werden mit der Wortmarke „FFG“ als Teil des FFG Logos verwendet.



Zitate

Zitat auf rotem Hintergrund

Zitate lockern den Text nicht nur inhaltlich, sondern auch optisch auf.

Zitate sollten grundsätzlich auf rotem Hintergrund angelegt und möglichst kurz sein. Allerdings gibt es farbliche Ausnahmen.

Einsatz:

- Print (Folder Rückseite)
- Social Media (Facebook Posting)

Achten Sie auf die Positionierung von Anführungszeichen und Text.



Zitate

Zitat auf weißem Hintergrund

Einsatz:

- Print (z.B. Publikationen, innerhalb eines Fließtextes)

Achten Sie auf die Positionierung von Anführungszeichen und Text.

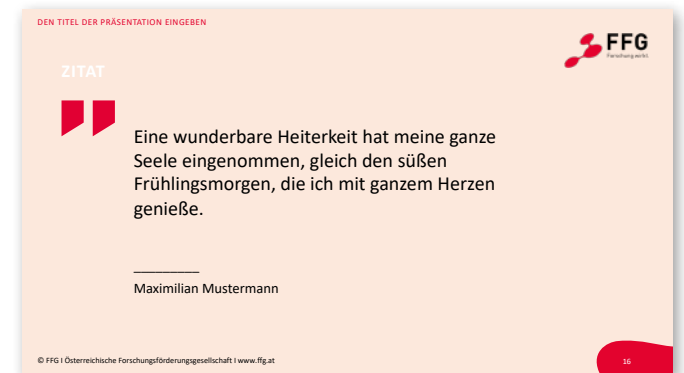
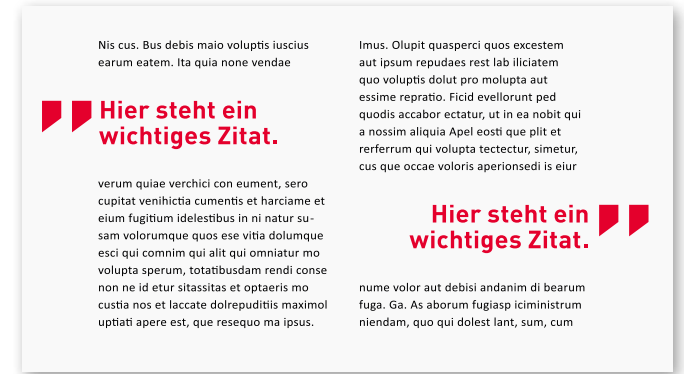


Zitat auf rosafarbigem Hintergrund

Einsatz:

- Powerpoint

Achten Sie auf die Positionierung von Anführungszeichen und Text.



Störer

Ein Störer ist ein grafisches Element, das sich deutlich von seiner Umgebung abhebt und somit den harmonischen Gesamteindruck „stört“. Der Störer soll die Aufmerksamkeit auf sich und auf die Information ziehen und so zu einer Reaktion animieren.

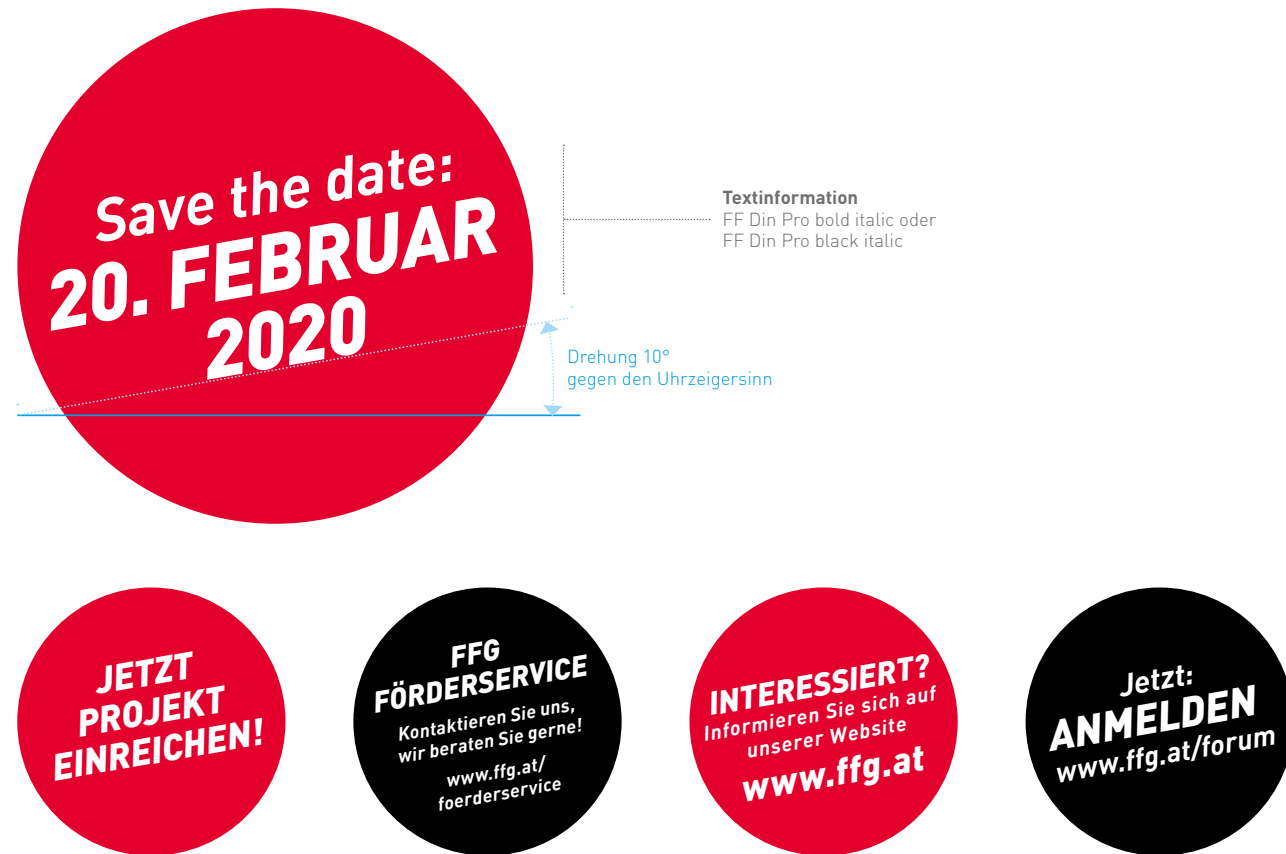
Inhalte sind kurze, prägnante Informationen, oder konkret formulierte Handlungsaufforderungen.

Farben:

Ein FFG Störer darf in unserem Corporate Rot oder Schwarz angelegt werden. Texte im Störer werden immer weiß gesetzt.

Typo:

Störer sollen auffallen! Alle Inhalte werden kursiv (italic), bold oder black gesetzt. Texte werden horizontal und vertikal zentriert. Der Textrahmen wird um 10° gegen den Uhrzeigersinn gedreht.



Themen & Schwerpunkte

Die FFG hat für ihre 15 Schwerpunkt-Themen jeweils ein Icon und ein Bild-Sujet generiert.



Energiewende



Kreislaufwirtschaft



Mobilitätswende



Digitalisierung & Breitband



Weltraum & Luftfahrt



Lebenswissenschaften & Gesundheit



Produktion & Material



Gesellschaft & Sicherheit



Menschen, Qualifikation & Gender



Kooperationen & Forschungsinfrastruktur



Innovative & wettbewerbsfähige Unternehmen



Europa & Internationales



Klimaneutrale Stadt



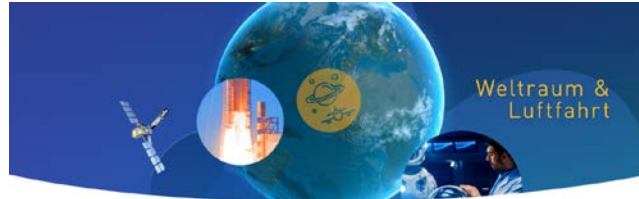
Holzforschung & -wissenstransfer



Quantenforschung & -technologie

Themen & Schwerpunkte

Die FFG hat für ihre 15 Schwerpunkt-Themen jeweils ein Icon und ein Bild-Sujet generiert. Die Bild-Sujet stehen auch als kurze Animationen zur Verfügung.



Themen & Schwerpunkte

Die FFG hat für ihre 15 Schwerpunkt-Themen jeweils ein Icon und ein Bild-Sujet generiert. Die Bild-Sujet stehen auch als kurze Animationen zur Verfügung.



Allgemein

Der Nachhaltigkeit verpflichtet

Klimaschutz und Nachhaltigkeit betreffen uns alle! Nicht zuletzt deshalb geben wir digitalen, barrierefreien Kommunikationsmitteln den Vorzug. In unserer Beratungstätigkeit sind aber auch z.B. gedruckte Materialien notwendig.

Als Unternehmen des Bundes achten wir vor allem bei der Produktion und Beschaffung von Kommunikationsmitteln auf einen umweltbewussten und kosteneffizienten Umgang mit Ressourcen und Materialien.

- Wir wählen umweltfreundliche Materialien und zertifizierte Produktionspartner.
- Wir produzieren unsere Kommunikationsmittel vorausschauend und gut geplant.
- Wir achten auf die klimaneutrale Produktion, verwenden recycelbare Verpackungsmaterialien und vermeiden mehrfache bzw. weite Lieferwege.

Informationen zum Thema
Digitale Barrierefreiheit finden Sie unter
www.ffg.at/digitale-Barrierefreiheit

Tipps für GrafikerInnen
[Manual „Barrierefreie PDF“](#)

Farbprofile

Folgende Farbprofile gelten als gut funktionierender Standard. Deshalb werden alle Grafikdaten der FFG mit folgenden Farbprofileinstellungen bearbeitet und abgespeichert.

RGB sRGB IEC61966-2.1
CMYK Coated FOGRA39 (ISO 12647-2:2004) oder
Euroscale Coatedv2
(nahezu ident)

Das CMYK Profil ist für den Druck auf gestrichenem Papier angelegt. Der Druck auf gestrichenem Papier hat einen höheren Farbauftrag und somit ein größeres Farbspektrum als der Druck auf ungestrichenem Papier.

Erfolgt der Druck auf ungestrichenem Papier, wird das Druck-PDF in folgendes Farbprofil konvertiert:

CMYK Uncoated FOGRA29 (ISO 12647-2:2004)

Andernfalls würden die Farben blass, schmutzig und fahl wirken, und das volle Farbspektrum würde nicht erreicht werden.

Generell gilt:

In allen Fällen, in denen die Wahl des richtigen Farbprofils unklar ist (Zeitungspapier, Plastikplanen, Messewände, Dosen, etc.) ist das richtige Farbprofil beim Produzenten anzufragen.

RGB Daten:

RGB Daten dürfen in kein anderes Profil als sRGB IEC61966-2.1 konvertiert werden.

CMYK Daten:

Ein Dokument sollte nur einmal in das benötigte Ziel-Farbprofil konvertiert werden! Bei jeder Konvertierung in ein anderes Farbprofil gehen Farbinformationen verloren und Farben werden verfälscht!

**WIR
FÖRDERN
ZUKUNFT.
—
NACHHALTIG.**



Besuchen Sie Ihre Zukunft auf www.ffg.at

© Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH FFG | www.ffg.at