

# ***Corporate Design-Manual***

## ***3-2 Fahrzeuge bwshuttle***

# Corporate Design Manual

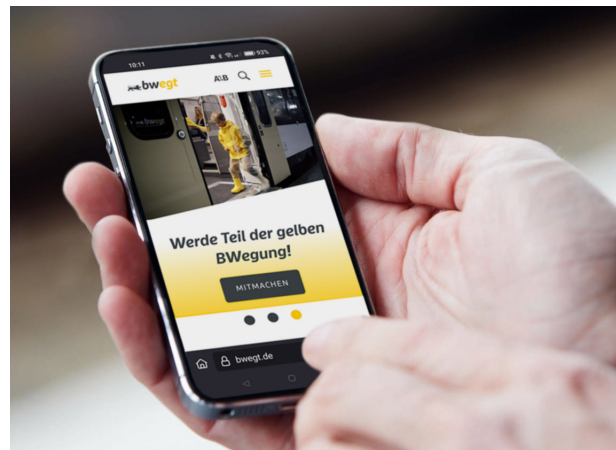
## 3-2 Fahrzeuge bwshuttle

### Das erweiterte ÖPNV-Angebot

Mobilität in Baden-Württemberg, unter der Dachmarke bwegt – das bedeutet weit mehr als Schienen- und Bus-verkehre. Einen wichtigen Baustein für ein umfassendes ÖPNV-Angebot bildet die **On-Demand-Tochtermarke bwshuttle**. Mit diesem landesweiten Programm fördert Baden-Württemberg den Auf- und Ausbau von **regionalen, bedarfsorientierten und technologiebasierten Angeboten**, betrieben mit kompakten Fahrzeugen.

Die neue Marke bwshuttle soll klar erkennbar ein Teil des bwegt-Gesamtsystems sein. Die Corporate-Design-Elemente werden hier auf Fahrzeugkategorien wie **Minivan, Kleinbus etc.** angewendet – **entweder als vollflächiges Komplett-Branding oder aber als punktuell**es **Teil-Branding**, in Ergänzung zu einem anderweitig definierten Erscheinungsbild. Perspektivisch plant das Land, die Marke nach taktbetriebenen und vollflexiblen On-Demand-Verkehren zu unterscheiden

Anhand charakteristischer Modellreihen werden in diesem Manual also die speziellen Designrichtlinien für kompakte Fahrzeuge im bwshuttle-Branding festgelegt.



# Corporate Design Manual

## 3-2 Fahrzeuge bwshuttle

---

### **1 Basiselemente**

1.1 Logo **6**

1.2 Farben **8**

### **2 Komplett-Branding:**

#### **Farbflächen**

2.1 Farbverteilung **11**

2.2 Markenelemente  
und Räder **16**

### **3 Komplett-Branding:**

#### **Grafik**

3.1 Frontlogo **19**

3.2 Logos seitlich **21**

3.3 Logo am Heck **24**

3.4 Regionalmarken **26**

3.5 Anwendungsbeispiele **28**

### **4 Teil-Branding**

4.1 Klebeschilder **35**

4.2 Platzierung  
(Anwendungsbeispiele) **37**

*bwegt-Manuals Verzeichnis* **39**

*Impressum* **40**

# ***1 Basiselemente***

# ***1 Basiselemente***

## *1.1 Logo*

## 1.1 Logo

### Das bwshuttle-Logo auf Fahrzeugen

Das Logo der Marke bwshuttle steht auf den On-Demand-Fahrzeugen stellvertretend für das (z.B. bei den Zügen dominierende) bwegt-Dachmarkenlogo, übernimmt davon zentrale Elemente und kombiniert sie in kompakterer Form.

Das bwshuttle-Logo wird auf Fahrzeugen immer als komplette Kombination aus dem plakativen Schriftzug, einem darüber platziertem Stauferlöwen sowie darunterliegend dem Claim „Fährt wie gerufen“ ausgeführt.

Das Logo liegt in mehreren Farbvarianten vor, zur Anwendung auf unterschiedlichen Hintergründen.

Für eine ausreichende Kontrastwirkung auf hellen Fahrzeugflächen sind – wie auch beim bwegt-Logo – alle Buchstaben in den Farbstellungen "Gelb auf Weiß", "Weiß auf Gelb" u.ä. mit schmalen Schattenkanten verstärkt.

Diese Varianten sind nur anhand der jeweiligen Vorlagen auszuführen und nicht für Anwendungen im Kommunikationsbereich vorgesehen.

Die Logovariante in "Weiß-Gelb" für dunklen Untergrund wird dagegen grundsätzlich immer in der ursprünglichen Form ausgeführt, ohne jegliche zusätzliche Kantenbetonung.



Standard-Logo für Fahrzeuge, auf bwegt-Weiß RAL 9016



Weitere Einzelheiten zum bwshuttle-Logo sind momentan (Stand 06/2024) definiert im gesonderten Dokument „Corporate Design Sheet für das Logo bwshuttle“.

Die Festlegungen werden übernommen in der nächsten Ausgabe des CD-Manuals 1-1 „Basiselemente für Print und Web“ im Kapitel „Submarkendesign“.

Für den Kommunikationsbereich ist rings um das Logo ein definierter Schutzraum gefordert. Bei der Platzierung auf Fahrzeugen muss dieser nicht zwingend eingehalten werden, zugunsten einer plakativeren Fernwirkung des Logos.

In jedem Fall ist aber darauf zu achten, dass die Wirkung des Logos als zentrale Grafik möglichst wenig durch andere Elemente beeinträchtigt wird:

- durch ausreichenden Abstand der Grafik-Konturen zu benachbarten Elementen
- bei kreuzenden Vertikalfugen (falls nicht vermeidbar) durch deren Verlauf in Buchstaben-Zwischenräumen etc.



**Die speziellen bwshuttle-Logo-Vorlagen für Fahrzeuge können bei der NVBW abgerufen werden (siehe Impressum).**

# ***1 Basiselemente***

## *1.2 Farben*

## 1.2 Farben

### Farbdefinitionen für Lacke, Folien etc.

Die Farben der Dachmarke bwegt und ihrer Submarken sind von den baden-württembergischen Landesfarben Schwarz und Gold abgeleitet. Sie werden durch die Hintergrundfarbe Weiß zu einem Dreiklang ergänzt, der vor allem mit starken Hell-Dunkel-Kontrasten prägnant und markant wirkt.

Stellvertretend für die Farbe Gold des Landes kommt ein leuchtendes, reines Gelb zum Einsatz, das die Leadfarbe **bwegt-Gelb** bildet.



**bwegt-Gelb**

NCS-S 0580-Y

Folie:  
Oracal 751-216  
Verkehrsgelb oder  
gleichwertig

Pantone C: 116 C

Die Farben sind in allgemein geläufigen Farbsystemen definiert. Für Lackierungen und Folierungen gelten maßgeblich die Farbnummern nach den Systemen NCS und RAL classic in den untenstehenden Definitionen.

Wahrnehmbare Abweichungen hiervon sind grundsätzlich zu vermeiden, vor allem darf die weiße Basisfarbe keinerlei erkennbaren Buntfarben-Anteil („Farbstich“) enthalten.

Schwarz wird bei der bwegt-Fahrzeuggestaltung zu einem sehr dunklen Grauton, nämlich **bwegt-Schwarzgrau**.



**bwegt-Schwarzgrau**

RAL 7021 Schwarzgrau

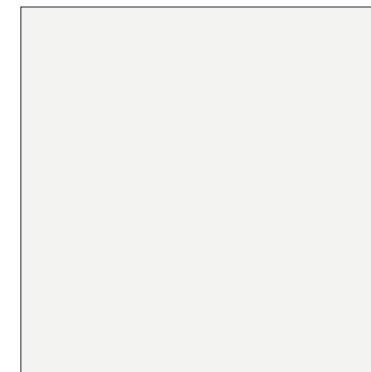
Folie:  
MACtac MACal 9889-17  
pro oder gleichwertig

Pantone C: 426 C

Die hier zusätzlich genannten Folienfabrikate sind als Referenzprodukte mit guter Farbtonwiedergabe zu verstehen. Falls zusätzliche Festlegungen erforderlich sind, müssen diese mit der NVBW abgestimmt werden.

Farbdarstellungen mittels Bildschirm oder Druck können technisch bedingt stark abweichen. Maßgeblich sind in jedem Fall die Bezeichnungen aus den Farbsystemen.

Das **bwegt-Weiß** ist für die Fahrzeuge der hellste und reinste Weiß-Ton aus dem RAL-Farbsystem.



**bwegt-Weiß**

RAL 9016 Verkehrsweiß

Folie:  
3M Scotchcal 100-10  
oder gleichwertig



## ***2 Komplett-Branding: Farbflächen***

Die in diesem Kapitel beschriebenen Gestaltungsregeln geben ein Grundschema vor anhand exemplarischer Fahrzeugbaureihen in repräsentativer Bandbreite. Naturgemäß kann hier nicht für jeden in Frage kommenden Fahrzeugtyp eine genaue Vorgabe gemacht werden. Eine konkrete Umsetzung ist in jedem Fall im Entwurfsstadium mit der NVBW abzustimmen, Korrekturphasen sind dabei einzuplanen.

# ***2 Komplett-Branding: Farbflächen***

## *2.1 Farbverteilung*

## 2.1 Farbverteilung

### Grundprinzip und Front

Fahrzeuge, die komplett im bwshuttle-Branding ausgeführt werden, erhalten eine Basisfarbgebung ausschließlich in den drei CD-Farben (siehe 1.2), auch mit Einbeziehung der vorderen und hinteren Stoßfänger sowie ggf. der seitlichen Schutzleisten (Ausnahmen siehe 2.2).

Dabei wird die komplette Karosserie zunächst zweigeteilt:  
Untere Hälfte = weiß  
Obere Hälfte = gelb.

Die Farbtrennung verläuft an der Front in jedem Fall entlang vorgegebener Kanten bzw. Fugen.  
Das zentrale Frontelement (Herstellerlogo / Kühlergrill / ö.ä.) wird dabei gelb umrahmt, optimalerweise allseitig ①, in Ausnahmefällen evtl. nur von drei Seiten ②. Die gelbe Frontfläche sollte grundsätzlich annähernd bis auf Höhe Stoßfänger-Oberkante heruntergezogen werden.

Je nach Gestaltung der Scheinwerfer werden diese von der gelben Fläche mindestens an einer Seite tangiert ③, häufig auch zweiseitig ④, ggf. auch fast komplett umschlossen ⑤.



## 2.1 Farbverteilung

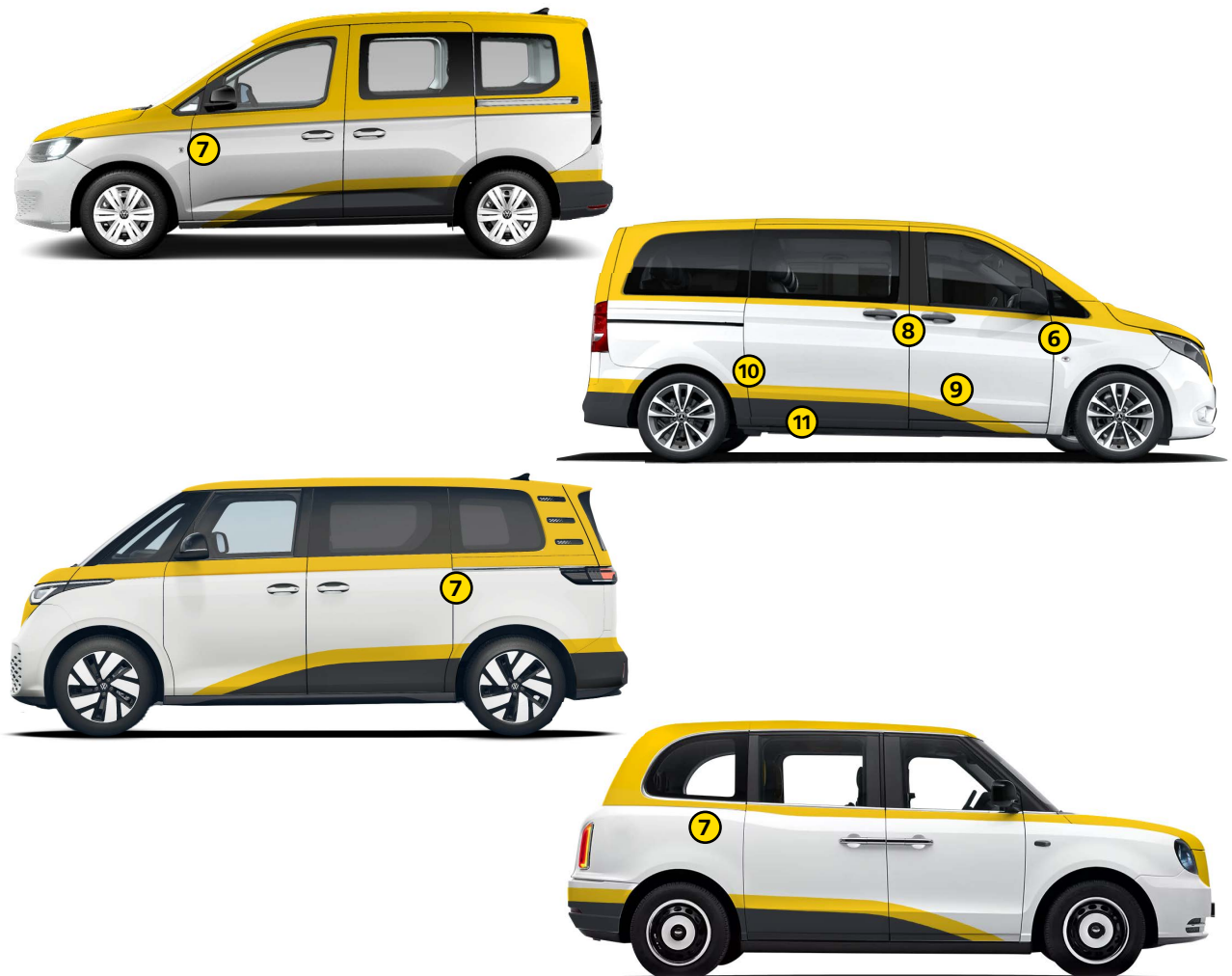
### Farbflächen seitlich: PKWs und Vans

Seitlich verläuft die Gelb-Weiß-Farbtrennung von den Scheinwerfern weg entlang der „Schulterlinie“, jedoch in jedem Fall noch mit mindestens 40 mm gelber Streifenbreite unterhalb der Seitenfenster ⑥; bei vielen Fahrzeugmodellen kann dafür auch eine Kante oder Sicke aufgenommen werden ⑦.

Unterbrechungen der Farbkante durch Türgriffmulden sind soweit möglich zu vermeiden ⑧.

Zusätzlich wird auf Höhe der Räder ein gelber Streifen mit Breite von ca. 10 cm um das Fahrzeugheck herum gezogen. Bei PKWs und Vans beginnt der Streifen etwa 20 cm hinter dem Vorderradausschnitt, zunächst mit einer Krümmung (R ca. 2,5 m) über eine Länge von ca. 1 m ⑨, und verläuft dann parallel zur Schulterlinie bzw. zu vorhandenen Fahrzeugkanten deutlich oberhalb der Hinterradnabe zum Heck ⑩. Die Höhenpositionierung des Streifens sollte so gewählt sein, dass der Streifen am Heck nicht durch Reflektoren, Türscharniere o.ä. zerschnitten wird und bei einer großen Heckklappe über seine komplette Höhe auf dieser verläuft (s.a. Seite 14).

Die Flächen unterhalb des gelben Streifens werden immer in Schwarzgrau gehalten ⑪.



## 2.1 Farbverteilung

### Farbflächen seitlich: Kleinbusse

Bei Kleinbussen sind aufgrund der Dimensionen und spezifischen Merkmale einige Besonderheiten zu beachten, in Abweichung von den Vorgaben für PKWs und Vans:

Vor allem bei Fahrzeugen mit Hochdach sollte der Gelb-Anteil insgesamt nicht zu dominant werden. Zur Korrektur empfiehlt sich in einem solchen Fall, die Fensterreihe an der hintersten Säule durch ein schwarzgraues Fensterband zu verlängern <sup>12</sup> und um das Heck herum laufen zu lassen (vgl. folgende Seite). Dachflächen werden über die gesamte Breite in Gelb gehalten, ggf. aufgesetzte Hauben in Weiß.

Falls beim grundlegenden Fahrzeugdesign nicht alle seitlichen Fenster optisch zu einem Band zusammengefasst sind, dann sollte ein solches Band möglichst durch Hinzufügen von entsprechenden schwarzgrauen Flächen erzeugt werden <sup>13</sup>.

Der untere gelbe Streifen beginnt bei Kleinbussen mit einem anfänglichen Krümmungsradius von ca. 4,5 m über eine Länge von ca. 1,7 m <sup>14</sup>, der gerade Teil verläuft bevorzugt auf Höhe der seitlichen Blinker <sup>15</sup>.

Bei Einstiegstüren mit Glasfüllung wird der untere gelbe Streifen auch auf den Glasflächen angebracht <sup>16</sup>. Schwarzgraue Folierung unterhalb des gelben Streifens ist auf Glas nicht notwendig.



## 2.1 Farbverteilung

### Farbflächen am Heck

Auch am Fahrzeugheck muss auf die z.T. sehr unterschiedlichen Gegebenheiten des Karosseriedesigns eingegangen werden.

- Meist wird die Höhe der seitlichen Farbtrennung auch unter dem Heckfenster fortgesetzt **17** bzw. nach Unterbrechung durch die Heckleuchten wieder aufgenommen **18**.
- Falls die Heckfenster-Unterkante auf Höhe der seitlichen Schulterlinie liegt **19**, kann der gelbe Streifen am Heck auch etwas tiefer platziert sein, eine Streifenhöhe von 30 mm sollte nicht unterschritten werden.
- Bedingt durch manche Heck- bzw. Leuchtengestaltung bietet sich evtl. keine klare Karosserielinie für die Farbtrennung an. In solchen Fällen wird anhand von vorhandenen Elementen (z.B. Mittelpunkt Herstellerlogo, Ecken an Heckleuchten etc.) eine schlüssige Position für eine Horizontale etwas unterhalb des Heckfensters bestimmt **20**.

Der untere gelbe Streifen läuft jedoch konsequent horizontal, in Verlängerung der Seitenstreifen, um das Heck herum; wie bereits beschrieben, muss seine Höhenposition so gewählt werden, dass er bei großen Heckklappen oder -türen komplett über diese hinweg verläuft **21**.

Unterhalb des gelben Streifens wird auch ebenso die schwarzgraue Fläche um das Heck herum gezogen **22**.





# ***2 Komplett-Branding: Farbflächen***

## *2.2 Markenelemente und Räder*

## 2.2 Markenelemente und Räder

### Was unverändert bleibt

Bauteile bzw. Flächen, die als typische Bestandteile der Fahrzeugbaureihe mit verchromter, metallischer und/oder dunkler Oberfläche ausgeführt sind, sollen unverändert übernommen werden.

Dazu zählen z.B. Kühlergrills bzw. Frontblenden mit dem Herstellerlogo ①, seitliche dunkle Fenstersäulen ②, Dachrelings, Chromleisten und ähnliches.

Rückspiegelgehäuse sollten möglichst unauffällig in Schwarz oder Schwarzgrau ausgeführt werden ③.

Auf Fensterflächen sollte grundsätzlich keinerlei Folierung angebracht werden (Ausnahme: Kapitel 2.1, Punkt 16).

Für die Felgen bzw. Radzierblenden werden metallisch-glänzende Oberflächen bevorzugt („aluminiumfarben“, „silber-metallic“ o.ä.) ④, ggf. auch in Kombination mit schwarzem Anteil ⑤.

Andere Felgen-Farbgebungen oder auch komplett schwarze Räder sind nicht erwünscht.





# ***3 Komplett-Branding: Grafik***

Die in diesem Kapitel beschriebenen Gestaltungsregeln geben ein Grundschema vor anhand exemplarischer Fahrzeugbaureihen in repräsentativer Bandbreite. Naturgemäß kann hier nicht für jeden in Frage kommenden Fahrzeugtyp eine genaue Vorgabe gemacht werden. Eine konkrete Umsetzung ist in jedem Fall im Entwurfsstadium mit der NVBW abzustimmen, Korrekturphasen sind dabei einzuplanen.

# ***3 Komplett-Branding: Grafik***

## *3.1 Frontlogo*

## 3.1 Frontlogo

### Klare Identifizierung

Ein bwshuttle-Fahrzeug muss im Frontbereich deutlich erkennbar sein durch ein plakatives, mittig platziertes Logo in schwarz-weißer Farbvariante auf gelber Frontfläche (siehe 1.1).

Meistens wird sich dafür die Motorhaube oberhalb des Herstellerlogos bzw. Kühlergrills anbieten **①**, bei stärker flächenbetonten Frontdesigns ohne klassisches Kühlergrill-Element kann das bwshuttle-Logo auch weiter unten stehen **②**.

Als Richtgröße kann für klassische Vans bzw. Kleinbusse eine Logobreite von 100 cm angestrebt werden; spezielle Karosserieformen können aber eine wesentlich kleinere Ausführung erforderlich machen. Eine „gequetschte“ Wirkung mit nur geringem Abstand zu benachbarten Elementen ist an der Fahrzeugfront zu vermeiden.

Bei Kleinbussen teilt sich das Frontlogo evtl. den verfügbaren Platz mit normativ vorgeschriebenen Piktogrammen **③**; in diesem Fall kann das Logo ausnahmsweise auch leicht außermittig platziert werden.

Die genaue Größe und Platzierung der Grafiken ist mit der NVBW abzustimmen.



# **3 Komplett-Branding: Grafik**

## *3.2 Logos seitlich*

## 3.2 Logos seitlich

### Seitenflächen von PKWs und Vans

Seitlich werden die bwshuttle-Fahrzeuge gekennzeichnet durch jeweils ein plakatives Logo in schwarz-gelber Farbgebung auf weißem Untergrund. Die Ausrichtung der Logos wird an die Linienführung der Karosserie angepasst (ggf. leichte Schrägstellung).

Bei PKWs und Vans orientiert sich die Logobreite in etwa an der Türbreite, mit einem seitlichem Abstand von min. 3 cm zu den Fugen ①. Eine Logobreite von 100 cm oder mehr sollte für die meisten PKWs und Vans umsetzbar sein, in Ausnahmefällen mindestens 75 cm ②.

Falls der verfügbare Weißraum auf der Türe z.B. durch Türgriffe eingeschränkt wird, kann das Logo auch leicht ausmittigt über die Türfuge hinaus ragen ③. Dabei sollten die Türfugen keinen Buchstaben durchschneiden, sondern immer möglichst durch Zwischenräume verlaufen.



## 3.2 Logos seitlich

### Seitenflächen von Kleinbussen

Bei Kleinbussen sollte eine Logobreite von ca. 130 cm möglich sein, je nach Baureihe auch größer.

Hier muss vermutlich in den meisten Fällen zwischen Straßen- und Einstiegsseite unterschieden werden:  
Auf der Straßenseite wird das Logo am besten vor der Hinterachse platziert **④**, auf der Einstiegsseite ist aufgrund einer Ausstattung mit Glastüre(n) die beste Positionierung evtl. weiter hinten **⑤**.



# **3 Komplett-Branding: Grafik**

## *3.3 Logo am Heck*



## 3.3 Logo am Heck

### Heck

Die Logo-Platzierung am Fahrzeugheck muss aufgrund der stark unterschiedlichen Karosseriegestaltungen besonders individuell angepasst werden.

Grundsätzlich sollte dafür möglichst ein weißer Freiraum auf der rechten Seite genutzt werden. Das Logo wird dann wie bei der seitlichen Beklebung in Schwarz-Gelb ausgeführt.

Wenn möglich, sollte das Logo am Heck von PKWs und Vans mit einer Breite von ca. 50 cm angebracht werden ①, bei Kleinbussen ggf. auch deutlich mehr (z.B. 65 cm) ②. Wenn keine ausreichende Fläche verfügbar ist, sollte zumindest eine Breite von 30 cm nicht unterschritten werden, evtl. auch mit geringem Abstand zu benachbarten Elementen (min. 2 cm) ③.

Soweit möglich, sollte das Hecklogo nicht durch Fugen o.ä. durchschnitten werden, bei manchen Fahrzeugtypen wird dies für die o.g. Mindestgrößen aber evtl. nicht zu vermeiden sein.





# **3 Komplett-Branding: Grafik**

## *3.4 Regionalmarken*

## 3.4 Regionalmarken

### Einbindung von regional eingeführten On-Demand-Marken

On-Demand-Verkehre erhalten in der Regel auch ein individuelles regionales Branding seitens eines Verkehrsbetreibers, -verbundes o.ä.

Diese regionalen, teilweise bereits eingeführten Markenlogos werden innerhalb des bwshuttle-Komplettbrandings auf beiden Fahrzeugseiten am Heck platziert, im weißen Feld nahe der Heckleuchten ①.

Für diese Logos wird hier jeweils eine einfarbige, unbunte Version in Schwarzgrau angewendet. Die Größe sollte sich an einer Rechteckfläche von mindestens 200 cm<sup>2</sup> und maximal 500 cm<sup>2</sup> orientieren. Zu benachbarten Elementen (Farbtrennung, Heckleuchten, ...) sollte ein Abstand von mindestens 4 cm eingehalten werden.



# ***3 Komplett-Branding: Grafik***

## *3.5 Anwendungsbeispiele*

## 3.5 Anwendungsbeispiele

Gesamtansicht VW Caddy

---



## 3.5 Anwendungsbeispiele

### Gesamtansicht Mercedes Vito / V-Klasse

---



## 3.5 Anwendungsbeispiele

Gesamtansicht LEVC TX

---





## 3.5 Anwendungsbeispiele

Gesamtansicht VW ID.Buzz

---





## 3.5 Anwendungsbeispiele

### Gesamtansicht Mercedes Sprinter

---



# ***4 Teil-Branding***

# **4 Teil-Branding**

## *4.1 Klebeschilder*

## 4.1 Klebeschilder

### Layout / Grundregeln zur Platzierung

Wenn die Marke bwshuttle lediglich als Co-Branding angewendet wird, z.B. im Zusammenspiel mit einem plakativen regionalen Branding, dann sind dafür Logo-Klebeschilder in den rechts dargestellten Farbvarianten vorgesehen.

Die Größenverhältnisse von Außenmaßen und -radien sowie darauf platziertem Logo sind anhand eines Grundrasters definiert, eine proportionale Skalierung ist möglich.

#### Mindestgrößen:

- für PKWs und Vans 320 x 120 mm
- für Kleinbusse 560 x 210 mm

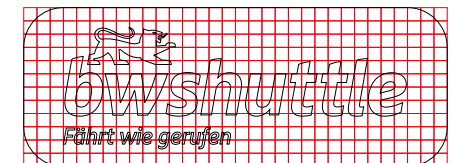
Je eines der bwshuttle-Schilder wird auf Fahrer- und Beifahrerseite angebracht, im Bereich zwischen 60 und 150 cm über Straßenniveau (siehe folgendes Kapitel).

Passend zum jeweiligen Basis-Branding ist die jeweils geeignetste Farbvariante auszuwählen nach folgenden Gesichtspunkten:

- Die Grundfarbe des „bwshuttle“-Schildes soll zur Umgebung einen starken Helligkeitskontrast bilden (z.B. Gelb auf Schwarz, Schwarzgrau auf Silber etc.).
- Die Grundfarbe des Schildes sollte das umgebende Basis-Branding nicht negativ beeinflussen, keinen störenden Fremdkörper bilden.

Soweit möglich, sollten die bwshuttle-Schilder in neutraler Umgebung stehen (Weiß, Schwarz, Grau, ...) und jeweils in einem möglichst „ruhigen“ Bereich platziert werden, also z.B. nicht über vorhandene Farbtrennungen, Fugen, Bildmotive etc. hinweg.

Vorlagen sind als Vektordaten bei der NVBW erhältlich.



Raster-Aufbau des Klebeschildes:

Seitenverhältnis = 32:12 Einheiten (= 8:3)

Logo-Breite = 26 Einheiten

Radien u. Logo-Abstände seitlich je 3 Einheiten

# **4 Teil-Branding**

## *4.2 Platzierung*

## 4.2 Platzierung Teil-Branding

### Anwendungsbeispiele PKWs und Vans

Die genannten Faustregeln können z.B. folgendermaßen umgesetzt werden (Beispiele mit fiktiven Basisbrandings):



Mindestgröße 320x120, in Schwarzgrau auf hellem Untergrund

Wie beim seitlichen Kompletbranding folgt auch hier die Ausrichtung des Logos der Linienführung am Fahrzeug, also ggf. leicht schräg gestellt.



Größenbeispiel 480x180, in Schwarzgrau auf Untergrund mit mittlerer Helligkeit



Größenbeispiel 480x180, in Gelb auf dunklem Untergrund



Mindestgröße 320x120, in Schwarzgrau auf Weiß (bunter Untergrund vermieden)

## 4.2 Platzierung Teil-Branding

### Anwendungsbeispiel Kleinbus

Wegen der unterschiedlichen Gegebenheiten auf den Seitenflächen von Kleinbussen kann hier auch die Verwendung von verschiedenen Klebeschild-Größen sinnvoll sein (Beispiel mit fiktivem Basisbranding).



Größenbeispiel 640x240 auf Straßenseite



Mindestgröße 560x210 auf Einstiegsseite



# Corporate Design-Manuals Gesamtverzeichnis

## Übersicht über alle bwegt-Corporate Design-Manuals

---

Die verschiedenen Manuals setzen einen unterschiedlichen Fokus.

### **1 Basiselemente**

1-1 *Basiselemente für Print und Web*

### **2 Schienenfahrzeuge**

2-1 *Schienenfahrzeuge im Landesdesign*

2-2 *Schienenfahrzeuge außerhalb des Landesdesigns*

[o.N.] *Fahrgastinformationen (FIS-Screendesign)*

### **3 Straßenfahrzeuge**

3-1 *Fahrzeuge bwregiobus*

3-2 *Fahrzeuge bwshuttle*

### **4 Public Design**

4-1 *Automaten und Verkaufsstellen*



Alle bwegt-Corporate Design-Manuals sowie weitere Downloads stehen in der B2B-Datenbank zur Verfügung: [b2b.bwegt.de](https://b2b.bwegt.de)

## Verbindlichkeit

Die Gestaltungsregeln und Vorgaben in diesem Dokument sind so verbindlich wie möglich formuliert, können aber nicht jeden Einzelfall im Detail berücksichtigen. Auch dürfen allein auf Grundlage dieses Manuals ohne weitere Abstimmung keine Gestaltungen festgelegt oder modifiziert werden. In jedem Fall ist vor der Umsetzung einer Gestaltung immer eine Abstimmung vorzunehmen mit:

- NVBW – Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH
- Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg

## Farben im Dokument

Farbdarstellungen mittels Bildschirm oder Druck können technisch bedingt stark abweichen. Maßgeblich sind in jedem Fall die Bezeichnungen aus den Farbsystemen bzw. die Herstellerangaben. Mustervergleiche sind mit Originalmustern durchzuführen.

## Auftraggeber / Ansprechpartner

Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg  
Dorotheenstraße 8  
70173 Stuttgart

NVBW Nahverkehrsgesellschaft  
Baden-Württemberg mbH  
Wilhelmsplatz 11  
70182 Stuttgart  
info@nvbw.de

## Konzeption und Gestaltung

Marke bwshuttle:  
Panama Werbeagentur GmbH  
Eugensplatz 1  
70184 Stuttgart

Fahrzeugdesign:  
TRICON AG  
Bahnhofstraße 26  
72138 Kirchentellinsfurt

## Bildnachweis

(sofern nicht Tricon AG)

S. 2 Statement / T. Gundelwein |

Go-Ahead / Michel Koczy | Siemens

Bildgrundlagen Fahrzeuge:

LEVC Ltd., Mercedes-Benz AG, Volkswagen AG

## Copyright

Der Inhalt dieses Dokumentes ist durch das Urheberrecht geschützt. Er darf ohne vorherige Zustimmung der Urheber weder ganz noch teilweise vervielfältigt, veröffentlicht, verändert, verwertet oder übersetzt werden.