



**Corporate Design**

# Artwork Styleguide

Richtlinien zur Gestaltung von Presse- und Promotion-Bildmaterial

# Inhalt

## **Artwork allgemein 3**

Zielgruppe  
Kategorien

## **Sendungslogo 6**

Sendungslogo  
Beispiele  
Gestaltungsgrundlagen  
Beispiele mit Hintergrund  
Gestaltungsgrundlagen

## **Set-Fotos 14**

1. Drehstartfotos
2. Szenenfotos
3. Charaktermotive
4. Titelmotive
5. Arbeitsmotive
6. Inszenierte Schnappschüsse
7. Sonderwunschmotive
8. Autogrammkartenmotive

## **Spezifikationen 28**

Was Sie noch wissen müssen  
Anforderungen beim Sendungslogo  
Anforderungen beim Sendungstitel  
Anforderungen bei Bildmotiven  
Lieferumfang, Copyright und Nutzungsrechte  
Übertragung und Anlieferung des Bildmaterials  
Impressum

# Artwork allgemein

### **Was ist der Artwork Styleguide, was beinhaltet er und an wen richtet er sich?**

- Der Artwork Styleguide dient als Regelwerk für die Gestaltung und Aufbereitung von Sendungslogos sowie für Presse- und Promotion-Bildmaterial. Er soll dazu beitragen, die Anforderungen für die verschiedenen Verwendungszwecke zu verdeutlichen und ggf. miteinander in Einklang zu bringen.
- Der Artwork Styleguide umfasst ein breites Spektrum an Bildmotiven: Neben dem Sendungslogo und dem Sendungstitel sind acht verschiedene Kategorien von Set-Fotos zu berücksichtigen. Sie sollen hochwertig produziert werden, damit sie sich für Promotion- und Presse Zwecke eignen.
- Die ZDF-Richtlinien behandeln den Umgang mit allen programmbezogenen Bildern der Senderfamilie in sämtlichen Medien.
- Der Styleguide richtet sich an externe Partner (z. B. Produktionsfirmen, Fotografen, Werbeagenturen) und an Mitarbeiter des ZDF (z. B. Redaktion, Design, Marketing, Presse, Produktionsmanagement), die in Produktionsprozesse involviert sind.

# Artwork allgemein

## Kategorien des Artwork Styleguides

### Sendungslogo



### Set-Fotos



1. Drehstartfotos



4. Titelmotiv (USP/Keyvisuals)



7. Sonderwunschnotive



2. Szenefotos



5. Arbeitsmotive



8. Autogrammkartenmotive



3. Charaktermotive



6. Inszenierte Schnappschüsse

# Sendungslogo

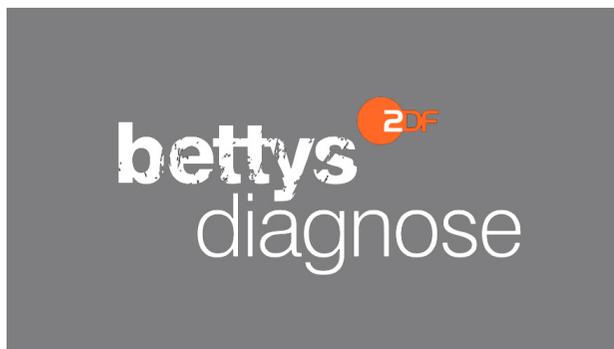
## Sendungslogo

### Was ist beim Sendungslogo zu beachten?

- Das Sendungslogo ist das Signet der Sendung und steht unter dem Dach der ZDF-Senderfamilie.
- Es repräsentiert den Inhalt oder das Genre der jeweiligen Sendung.
- Das Sendungslogo wird auf allen medialen Plattformen eingesetzt (On-Air-Promotion, Online-Promotion und Social Media, Print und Presse).
- Das Sendungslogo wird beim Sendungstitel mit einem Hintergrundbild kombiniert.
- Das Hintergrundbild kann der Schlussstand der Vorspann-Animation bzw. ein Bildmotiv oder grafisches Motiv sein, passend zur Stimmung der Sendung.
- Das Sendungslogo wird auf allen medialen Plattformen eingesetzt.

# Sendungslogo

## Beispiele



Ausnahme

## Sendungslogo

### Gestaltungsrichtlinien

Das Logo ist in der Regel eine Wortmarke und in der Regel einfarbig und einfach gestaltet. Die Grundfarbe ist je nach Hintergrund weiß oder dunkelgrau. Vermieden werden 3D-Effekte, Verläufe oder ähnliche Effekte im Endstand als Titel-Logo. Der Charakter der Sendung muss im Logo erkennbar sein.

Sendungslogos für reine ZDF-Produktionen müssen unter Einbeziehung der ZDF-Hauschriften gestaltet werden.

**Ausnahmen** von dieser Regel (z.B. bei teilfinanzierten Partnerproduktionen) müssen mit dem Corporate Design abgestimmt werden.

Helvetica **Bold** Helvetica Thin

**Helvetica Heavy**

Helvetica **Medium** Helvetica Light

Helvetica Roman **Helvetica Black**

## Sendungslogo

### Gestaltungsrichtlinien

Das Logo muss im Format 16:9, aber auch in einem Quadrat funktionieren und gut stehen können. Ist es aus darstellungstechnischen Gründen nicht möglich, muss eine alternative Darstellungsart, die nah am Grundcharakter des Sendungslogos liegt, erstellt werden (Stichwort: Responsive-Logo).



**Grund:** Die Format-Logos kommen in diversen Medien vor: beispielsweise On-Air (1920 × 1080 Px) und Fav-Icon (74 × 74 Px). Logo im 16:9-Format und im Quadrat.

Zwei- oder mehrzeilige Wortmarken werden möglichst asymmetrisch ausgerichtet. Das Logo muss immer auch vektorisiert vorhanden sein. Weiterhin ist zu beachten, dass das Logo mit und ohne Endorsement - beziehungsweise Senderkennzeichnung - funktioniert und in beiden Zuständen angelegt wird.

#### Regeln zum ZDF-Endorsement:

- Das Endorsement steht in der Regel immer oben rechts.
- Das Endorsement entfällt immer nur dann, wenn das orangefarbene ZDF-Logo im nahen sichtbaren Umfeld ist (z. B. beim Facebook-Profil oben links, fest verankert oder ZDF 2016+ oben links).

## Sendungslogo

### Gestaltungsrichtlinien (Logo mit Hintergrund)

Das Sendungslogo bezieht mit dem Hintergrundbild eine Stimmung der Sendung oder des Films mit ein. Der Mittelpunkt stellt die Wortmarke dar und ist mit einer Hintergrundgestaltung (Foto, Grafik etc.) kombiniert. Dieser Gesamtauftritt muss für Darstellungsarten on air (z.B. Vorspann, Trailer, aber auch Online, z.B. Profilbilder) funktionieren oder dementsprechend angelegt werden.

Die Darstellung im Quadrat darf auch nicht vernachlässigt werden.

#### Verwendungsformen:

- Social-Media-Profile
- Abspanntafel für Videobeiträge
- On-Air-Promotion
- Teaser auf ZDF.de (Sendungen A–Z)



Format-Logo



Hintergrund aus der Sendung



Format-Titel

# Sendungslogo

## Beispiele mit Hintergrund

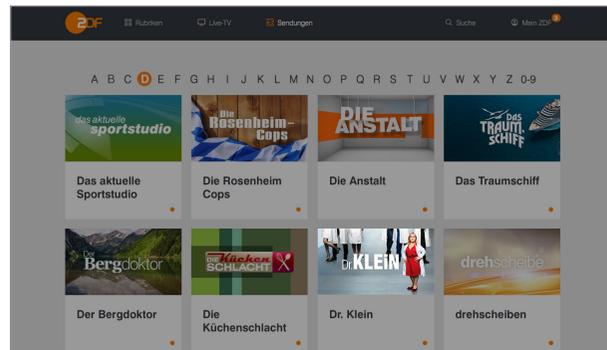


# Sendungslogo

## Anwendungen on air und on line



On-Air-Promotion



Teaser auf ZDF.de (Sendung A-Z)



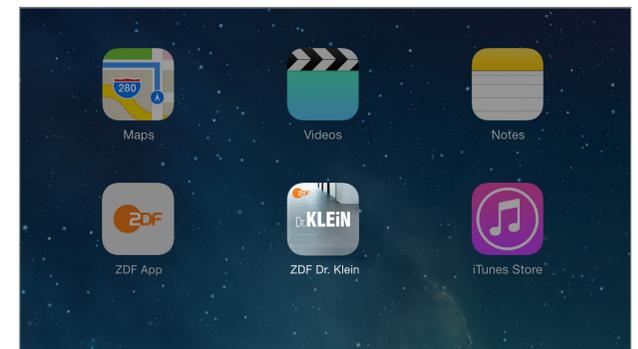
Abspanntafel für Videobeiträge



Social-Media-Profile



Apps



# Set-Fotos

## Set-Fotos

### Was ist bei den Set-Fotos zu beachten?

- Set-Fotos entstehen während einer Produktion am Set. Sie lassen sich unterteilen in 8 verschiedene Kategorien: Drehstartfotos, Szenenfotos, Charaktermotive, Titelmotiv (USP-Bild, Keyvisual), Arbeitsmotive, inszenierte Schnappschüsse, Sonderwunschmotive und Autogrammkartenmotive
- Sie sollen die Protagonisten in der Stimmung der Sendung abbilden und die Arbeit am Set dokumentieren.
- Die Set-Fotos müssen auf allen medialen Plattformen (On-Air, Online, Print, Presse) eingesetzt werden können.
- Es müssen hochwertige und professionelle Bilder zur Verfügung gestellt werden, die den Content der Sendung repräsentieren.
- Sie sollten immer im Querformat fotografiert werden. Zusätzlich sind auch hochformatige Bilder für einige der Kategorien erforderlich.

## Set-Fotos

### 1. Drehstartfotos (Beispiele)



Gewünscht sind repräsentative Fotos vom Beginn der Dreharbeiten mit den Hauptdarstellern. In besonderen Fällen zusätzlich mit weiteren filmschaffenden Kreativen.

**Lieferumfang:** Erwartet werden ca. 2-4 Motive im Querformat.

**Liefertermin:** drehbegleitend in der ersten Drehwoche.

## Set-Fotos

### 2. Szenenfotos (Beispiele)



Die Auswahl muss sich an den Schlüsselszenen des Films orientieren. Die Szenenfotos müssen authentisch sein und im Ausdruck sowie der Stimmung der Inszenierung für die Fernsehkamera entsprechen. Sie müssen situativ und ausdrucksstark sein und den Film inhaltlich näherbringen.

Bildwichtige Szenen müssen dem Inhalt nach für die Szenenfotos



gegebenenfalls nachgestellt werden, wenn die Kameraperspektiven die Szene nicht eindeutig genug abbilden können.

**Lieferumfang:** Fotos aller Protagonisten im Quer- und Hochformat.

**Liefertermin:** spätestens 3 Wochen nach Drehende.

## Set-Fotos

### 3. Charaktermotive (Beispiele)



Fotos der Hauptprotagonisten und der Episodendarsteller mit Blick in die Kamera, die ggf. mit passendem Requisit ergänzt werden können. Es müssen Aufnahmen im charakteristischen Kostüm und in filmtypischer Szenerie sein. Die Atmosphäre des Drehortes muss wiedergegeben werden.



**Lieferumfang:** Einzelfotos und Gruppenfotos im Quer- und Hochformat.

**Liefertermin:** spätestens 3 Wochen nach Drehende.

## Set-Fotos

### 4. Titelmotiv (USP-Bild/ Key-Visual)



Hintergrund separat



Einzelprotagonisten als Freisteller



Titelmotiv

Das Titelmotiv setzt den USP (Unique Selling Point) des Films in ein Bild um. Das Titelmotiv ist daher kein normales Szenen-Foto. Vielmehr stellt es eine bestimmte Figurenkonstellation dar, die sich eignet, um den USP des Films/der Reihe/der Serie auszudrücken. Ggf. kann dies auch durch ein Requisit angereichert werden.

Auch die Location, z. B. „Berge“ für Heimatfilme, kann ein wesentliches Merkmal im USP sein. Das Titelmotiv bedarf eines eigenen Briefings in Absprache mit der stoffführenden Redaktion, sowie den Formatbetreuern aus der Abteilung Presse und Information und den Projektmanagern aus der Abteilung Marketing.

Das Titelmotiv muss so fotografiert werden, dass nach allen Seiten ausreichend Spielraum vorhanden ist. So wird ein unnötiges oder aufwendiges Verlängern oder Bearbeiten des Hintergrunds für extreme Breit- und Hochformate vermieden.

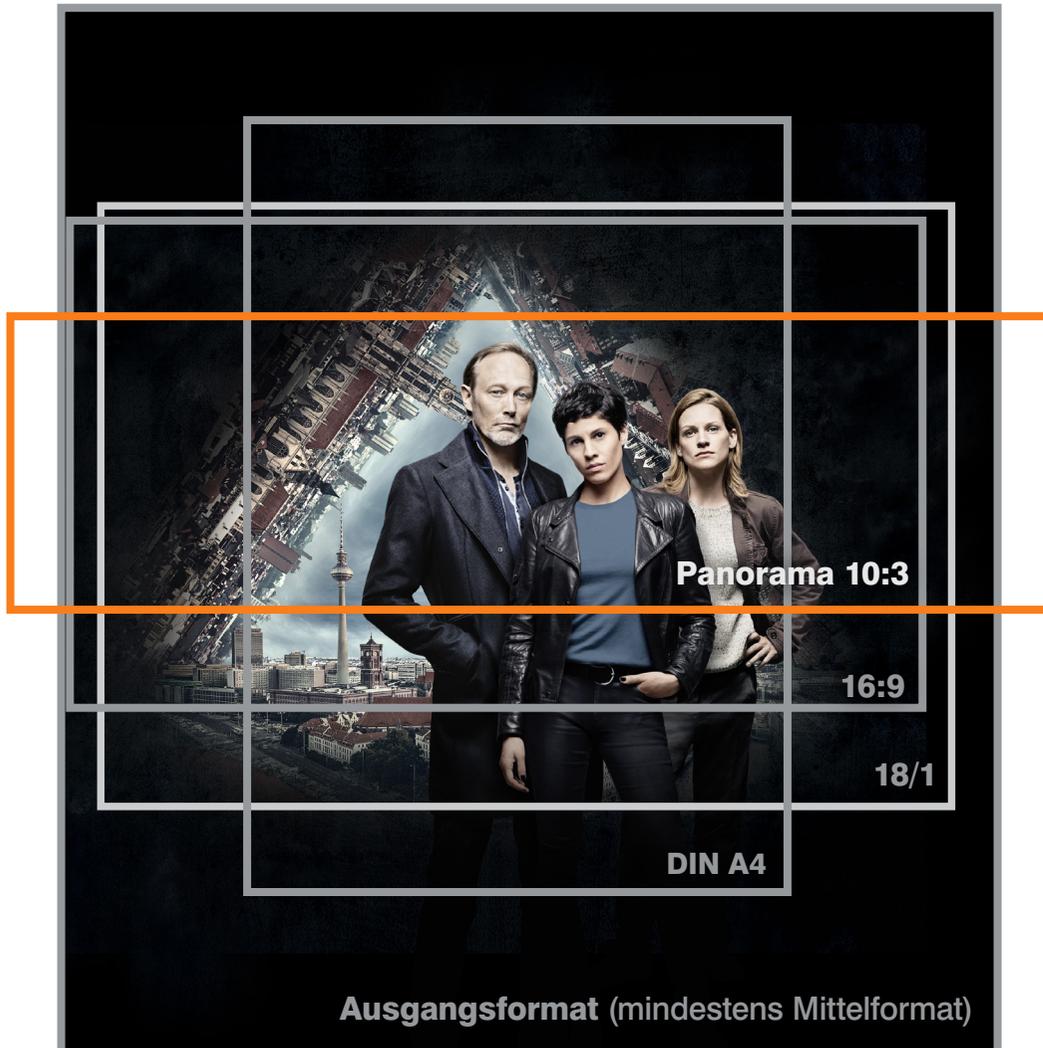
Das Titelmotiv wird benötigt für Onlinepräsenzen, als Kampagnenmotiv für Marketing und für Presse- und Programmankündigungen. Porträts und Ganzkörpermotive der Hauptdarsteller sind freistellbar vor neutralem, grauem Hintergrund anzufertigen.

**Lieferumfang:** Motiv im Quer- und Hochformat und zusätzlich als Panoramaformat.

**Liefertermin:** spätestens 3 Wochen nach Drehende.

## Set-Fotos

### 4. Titelmotiv (Gestaltungsrichtlinien)



#### Verwendung des Titelmotivs

- Sendungsbereichs-Seiten
- Social-Media-Formate
- Stretchboards
- Pressemappen
- Promotion (On-Air, Online, Print, Presse)
- Presse-Hintersetzer
- Teaserbilder im Allgemeinen

Für die Sendungsseiten der ZDF.de und des Presseportals (2016) muss außerdem ein „**Panorama-Format**“ – ggf. durch zusätzliche Bildbearbeitung – aus dem Titelmotiv generiert werden können.

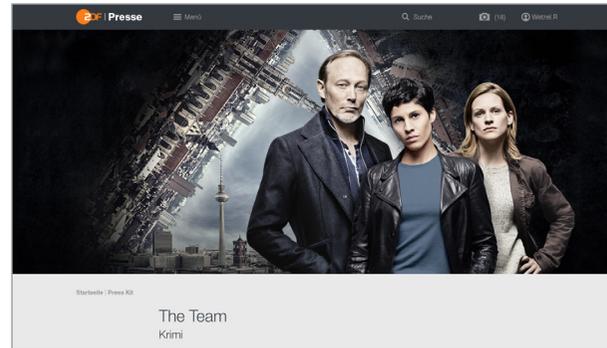
Dies kann durch „Anstricken“ oder zusätzlich geschootetes Bildmaterial im Panorama erstellt werden.

# Set-Fotos

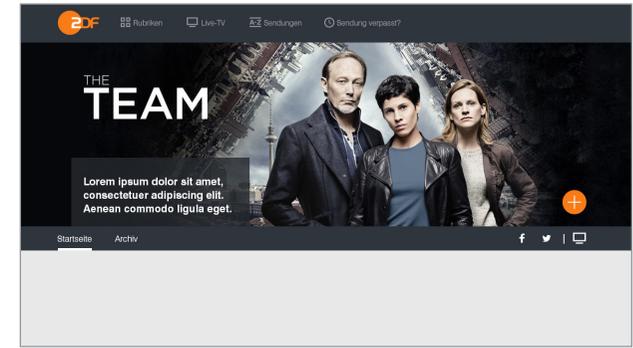
## 4. Titelmotiv (Anwendungen on air und online)



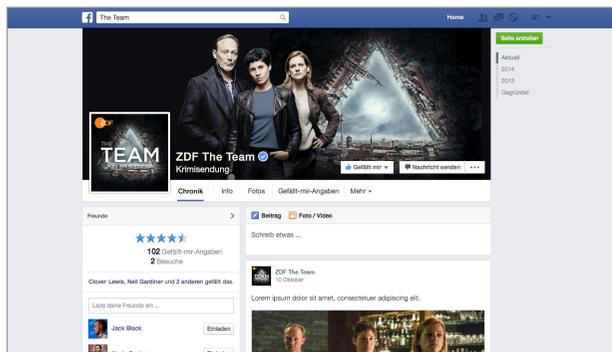
On-Air-Promotion



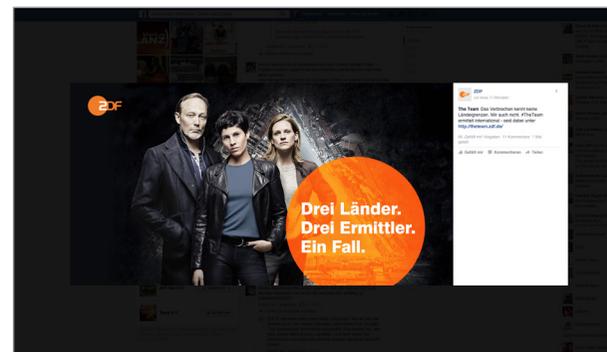
Presse Portal



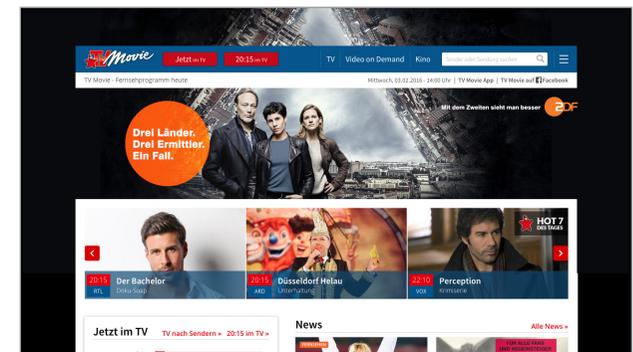
ZDF.de - Sendebereichsseiten



Social-Media-Profil



Social-Media-Posts



Banner

Bei allen Online- und On-Air-Anwendungen ist zu berücksichtigen, dass die „Brandingmerkmale“ des ZDF (Dachmarke und Promokreis) in die Titelmotive integriert werden müssen.

## Set-Fotos

### 4. Titelmotiv (Anwendungen off air)



Presseveranstaltungen



Strechboards/Plakatierung

Insbesondere bei großformatigen Presse- und Kampagnenmotiven ist darauf zu achten, dass die Bildauflösung eine ausreichend hohe Qualität aufweisen muss.

## Set-Fotos

### 5. Arbeitsmotive (Beispiele)



Neben Szenenfotos und Porträts sind „Making of“-Fotos erforderlich. Erwartet werden Bilder von ungewöhnlichen und typischen Set-Bauten, Masken- oder Kostümarbeiten sowie auch Aufnahmen von Kameramann und Regisseur am Set und der Filmcrew in Arbeitsatmosphäre mit den Schauspielern.



**Lieferumfang:** Erwartet werden ca. 2–4 Motive im Querformat.

**Liefertermin:** spätestens 3 Wochen nach Drehende.

## Set-Fotos

### 6. Inszenierte Schnappschüsse (Beispiele)



„Inszenierte Schnappschüsse“ sind Fotos von den Hauptdarstellern, für die deren Einverständnis – notfalls nachträglich – durch den Produzenten einzuholen ist. Diese Motive sollen einen vermarktbareren Mehrwert darstellen für Drittplattformen wie Facebook, Twitter, Instagram, Social Media im Allgemeinen und die Yellow Press. Diese Fotos dürfen gerne spontan, ungewöhnlich



und lustig sein. Sollten die Fotos nicht vom Standfotografen sein, sind weitere Fotografen gesondert zu benennen und eine Vereinbarung für die Übertragung der Nutzungsrechte an den Fotos abzuschließen.

**Lieferumfang:** im Quer- und Hochformat.

**Liefertermin:** spätestens 3 Wochen nach Drehende.

## Set-Fotos

### 7. Sonderwunschnotive



Sonderwunschnotive sollen in Absprache entstehen nach besonderem Bedarf der Presse. Sie werden dann benötigt, wenn die anderen Kategorien diesen Bedarf nicht abdecken (z. B. der Autor besucht das Set).



**Lieferumfang:** ca. 2–4 Motive.

**Liefertermin:** spätestens 3 Wochen nach Drehende.

## Set-Fotos

### 8. Autogrammkartenmotive



Porträts der Darsteller im charakteristischen Kostüm im filmtypischen Ambiente zur Herstellung von Autogrammkarten (entsprechend ZDF-Styleguide für Autogrammkarten). In diesen Fällen erfolgt die Absprache mit der stoffführenden Redaktion, der Abteilung ZDF-Presse und Information und Marketing. Zusätzlich ist ein ruhiges und filmtypisches Hintergrundbild für die Sendungsseite



ohne die Darsteller erforderlich. Bei Bedarf und nach Möglichkeit: Einsatz von Requisiten und Blick in die Kamera.

**Lieferumfang:** Einzelpersonen nur Hochformat, Gruppen im Querformat.

**Liefertermin:** spätestens 3 Wochen nach Drehende.

## Set-Fotos

### 8. Autogrammkartenmotive (Anwendungen)



Bei den Autogrammkartenmotiven ist auf einen möglichst hellen, ruhigen und homogenen Hintergrund zu achten. Der Hintergrund soll zur Stärkung der Tiefenschärfe und der besseren Abgrenzung zum Protagonisten – ggf. in einer Nachbearbeitung – unscharf dargestellt werden.

# Spezifikationen

## Spezifikationen

### **Was Sie noch wissen müssen ...**

- zu technischen Spezifikationen für Sendungslogo und Sendungstitel
- zu technischen und inhaltlichen Anforderungen bei Bildmotiven
- zum Lieferumfang
- zum Copyright
- zur Übertragung und Anlieferung des Bildmaterials

## Spezifikationen

### Anforderungen beim Sendungslogo

- Das Logo muss einfarbig (weiß oder dunkelgrau, RGB 79 / 79 / 79 und Web #4F4F4F) sein.
- Es muss einfach gestaltet (keine 3D-Effekte, Verläufe oder Ähnliches) und als Vektorgrafik vorhanden sein.
- Das Logo muss sowohl im 16:9-Format als auch in einem Quadrat funktionieren (Stichwort: Responsive-Logo).
- Logos von ZDF-Auftragsproduktionen sollten entsprechend den Regeln des Corporate Design nur mit der Swiss, ZDFneo mit der Klavika und ZDFinfo mit der Vitesse gestaltet werden und müssen mit und ohne Endorsement (ZDF, ZDFneo, ZDFinfo) funktionieren.



## Spezifikationen

### Anforderungen beim Sendungstitel

- Das Sendungslogo wird kombiniert mit einem Hintergrundmotiv, das die Stimmung der Sendung bzw. des Films wiedergibt.
- Das Hintergrundmotiv kann sowohl fotorealistisch als auch grafisch sein und muss eine Mindestgröße von 2848 x 4288 Pixel bei 300 dpi Auflösung im 8-Bit Adobe RGB-Farbraum aufweisen.
- Der Format-Titel muss sowohl im 16:9-Format als auch in einem Quadrat funktionieren und sowohl in sehr kleiner als auch extrem großer Abbildungsgröße erkennbar sein.
- Der Charakter der Sendung muss im Sendungslogo mit Hintergrundmotiv erkennbar sein.



## Spezifikationen

### Anforderungen bei Bildmotiven

- Eine digitalisierte Bildlieferung ist obligatorisch.
  - Voraussetzung ist eine Systemkamera mit mindestens 10 Mio. Bildpunkten, die qualitativ hochwertige Ausdrücke im Format DIN A3 erlaubt.
  - Die zu liefernden Fotos müssen eine Mindestgröße von 2848x4288 Pixel und 24 × 36 cm bei 300 dpi im 8-Bit Adobe RGB-Farbraum aufweisen.
  - Das Titelmotiv muß eine Mindestgröße von 4961 x 3508 Pixel und 42 x 29,7 cm bei 300 dpi im 8-Bit Adobe RGB-Farbraum aufweisen.
  - Die Bilddateien sollen dem ZDF als TIFF-Dateien verlustfrei komprimiert (LZW-Komprimierung) oder unkomprimiert geliefert werden.
  - Ebenfalls geliefert werden können JPG-Dateien mit so wenig Komprimierungsverlusten wie möglich (Photoshop: auf Faktor 12 komprimiert).
  - Die Aufnahmen sollen im RAW-Format fotografiert werden. Sollten Sie Dateien im JPG-Format komprimieren wollen, bitten wir Sie dies nur einmalig aus einer RAW-Datei zu tun, da mehrmaliges Abspeichern von JPG-Dateien die Bildqualität verschlechtert.
- Die Anlieferung der originalen RAW-Dateien muss nach Absprache jederzeit möglich sein.
  - Das Bildmaterial muss in Belichtung und Schärfe einwandfrei sein.
  - Es ist darauf zu achten, dass der ästhetische Charakter (Licht, Farbigkeit, Schärfentiefe) der Szene entspricht. Reicht das Filmlicht nicht für technisch akzeptable Aufnahmen, ist der sensible Einsatz von Blitztechnik erlaubt. Dabei darf die Lichtstimmung der Szene nicht grob verfälscht werden.
  - Für Screenshots und Stills aus HDTV-Produktionen muss entsprechendes Bildmaterial mindestens im Bildformat 2848 × 4288 Pixel bei 300 dpi angeliefert, beziehungsweise an einem HD-Schnittplatz abgeklammert und mit den entsprechenden Farbkorrekturen bearbeitet sein und als TIFF- oder JPG-Datei angeliefert werden.
  - Auf korrekte Bildwiedergabe bei 16:9 und HDTV ist zu achten. Die Kameras sind so zu programmieren, dass das Aufnahme-datum exakt nachvollzogen werden kann.

## Spezifikationen

### Lieferumfang, Copyright und Nutzungsrechte

- Vorauswahl der besten und aussagekräftigsten Bildmotive der Produktion durch den Fotografen (maximal 55 Motive)
- Produktionslängen bis zu 90 Minuten: 15 szenische Motive
- Produktionslängen bis zu 60 Minuten: 7 szenische Motive (Ausnahmen sind neue Produktionen für Reihen und Serien: 15 szenische Motive)
- Produktionslängen bis zu 45 Minuten: 7 szenische Motive
- Produktionslängen bis zu 30 Minuten: 3 Motive
- Produktionslängen bis zu 15 Minuten (Episodenfilme): 3 Motive
- Bei Dokumentationen/Reportagen: mindestens 5 Motive
- Bildmotive sind im Querformat anzuliefern, einige besondere Bildmotive als Hochformat.
- Screenshots und Stills dürfen nur in Ausnahmefällen und nur nach Rücksprache mit dem ZDF angeliefert werden.
- Der 1. Kameramann ist dem ZDF zu benennen.
- Jedes Foto muss mit dem vollständigen Copyright-Vermerk versehen sein.
- Das Bildmaterial ist ausschließlich an das ZDF zu liefern und nicht an Dritte weiterzugeben!

- Der Fotograf muss den IPTC (die Datei-Information) ausfüllen. Die Beschriftung der Bilder muss dabei wie folgt aussehen:  
**Szenefotos:** Rollenname, Name des Schauspielers (Vor- und Nachname bitte in korrekter Groß- und Kleinschreibung)  
**Porträts:** Name des Schauspielers, Rollenname

#### Nutzungsrechte

Der Produzent hat dem ZDF an dem zur Verfügung gestellten Bildmaterial umfassende Rechte (vgl. § 17 III. Nr. 2 in Verbindung mit § 1 der Allgemeinen Bedingungen zum Produktionsvertrag (F)) zu übertragen. Dies umfasst die Rechte zur Nutzung der Bilder auf Drittplattformen einschließlich sozialer Netzwerke (wie Facebook, Twitter usw.).

Der Produzent hat ferner das Einverständnis sämtlicher Abgebildeten zur entsprechenden umfassenden Verwertung der Aufnahmen einzuholen.

## Spezifikationen

# Übertragung und Anlieferung des Bildmaterials

### Übertragung via FTP:

- Es ist „drehbegleitend“ via FTP an das ZDF zu senden. Die Fotos der ersten beiden Drehtage sind direkt an die Abteilung „Presse und Information“ zu liefern. Diese Lieferung dient der Qualitätssicherung. Etwaige First-Look-Rechte bleiben davon unbeeinträchtigt.
- Eine einmalige Anmeldung über das ZDF-Presseportal (<http://presseportal.zdf.de>) ist Voraussetzung.
- Für die Übertragung via FTP wird ein FTP-Client-Programm benötigt. In den Verbindungseinstellungen des FTP-Client-Programms sind folgende Zugangsdaten einzutragen:

**Server/Host/Hostname:** presseportal.zdf.de

**Protokoll:** FTP

**Verschlüsselung (NEU!):** explizites FTP über TLS (FTPS)

**Username/Benutzername:** über <http://presseportal.zdf.de>  
autorisierter Benutzername

**Password:** Passwort des entsprechenden autorisierten Benutzers

### Anlieferung per CD/DVD:

- Das ZDF behält sich für Pressefotos im Bedarfsfall das Recht vor, eine CD/DVD mit den gesamten Produktionsbildern (in RAW, TIFF, JPG oder anderen Formaten) anzufordern.
- Die Erstellung und der Versand der CD/DVD ist Bestandteil des Festpreises und erfolgt an die stoffführende TV-Redaktion. Für die Standfotografie ist die Anlieferung einer CD/DVD mit den gesamten Produktionsbildern verpflichtend.

# Impressum

Fotos:

ZDF / Petro Domenigg

ZDF / Stefanie Kulbach

ZDF / Markus Fenchel

ZDF / Matthias Bothor

ZDF / Frank Dicks

ZDF / Conny Klein

ZDF / Moritz Brucker

## **Zweites Deutsches Fernsehen**

Anstalt des öffentlichen Rechts

Postfach, 55100 Mainz

[brandguide@zdf.de](mailto:brandguide@zdf.de)