



WIRTSCHAFTSJUNIOREN
DEUTSCHLAND

Design Manual

Wirtschaftsjunioren

Deutschland

Inhalt

- 03 Einleitung
- 05 Projektübersicht
- 09 Logo
- 12 Gestaltungsraster
- 16 Grundlegende Gestaltungselemente
- 19 Anwendungsbeispiele
- 24 Schmückende Gestaltungselemente
- 31 Anwendungsbeispiele
- 36 Schrift
- 42 Farben
- 45 JCI

Wir Wirtschaftsunioren

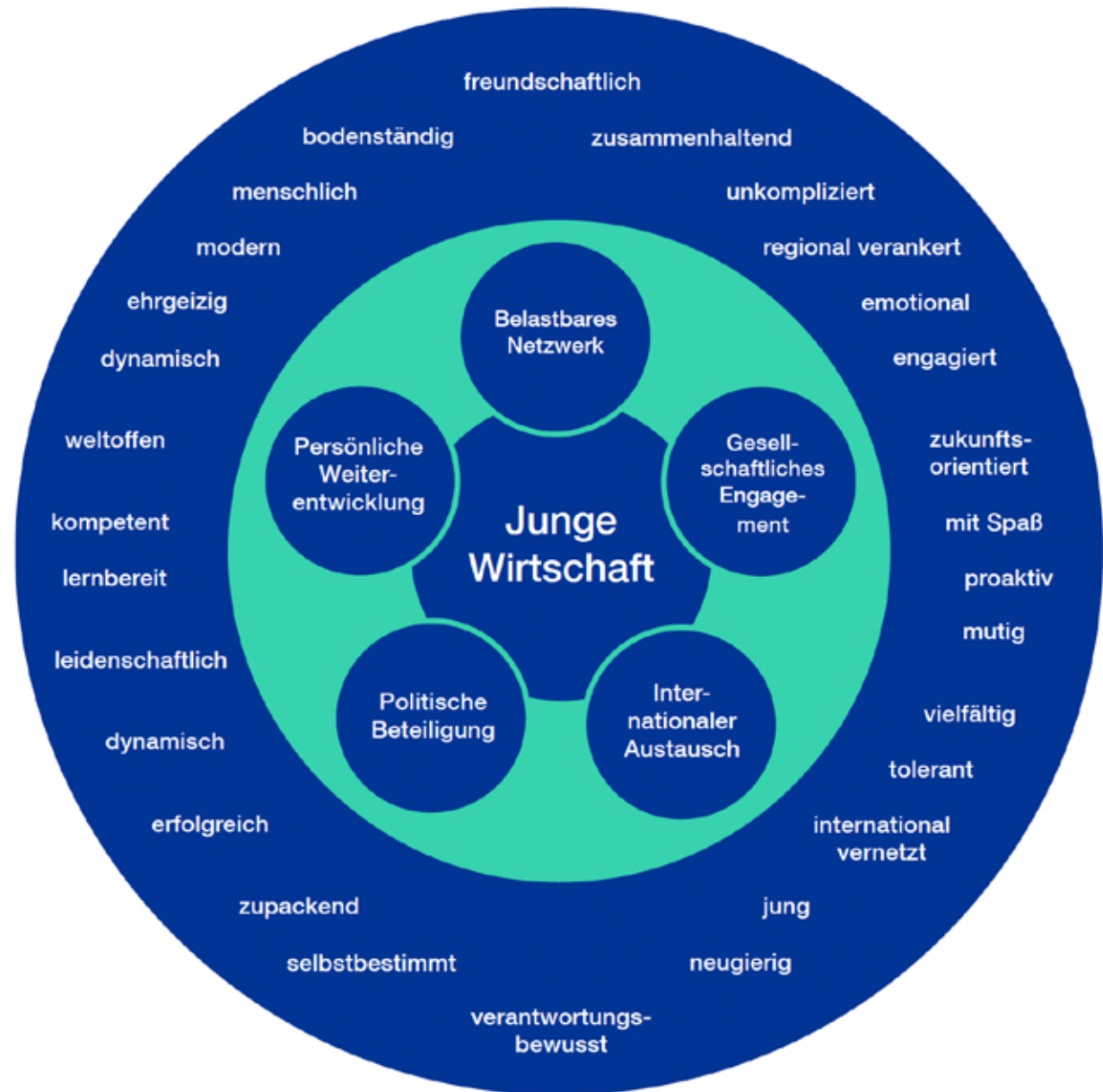
Das sind rund 10.000 Unternehmer und Führungskräfte unter 40 Jahren. Wir sind global vernetzt und als größtes Netzwerk junger Wirtschaft in Deutschland mit rund 215 Mitgliedskreisen vor Ort präsent.

„Wer bei uns mitmacht, engagiert sich im Beruf und will darüber hinaus auch etwas bewegen.“

Mit unserem wirtschaftspolitischen und gesellschaftlichen Engagement übernehmen wir Verantwortung für die Zukunft und geben der jungen Wirtschaft eine Stimme.

Wir fördern den Austausch und die Entwicklung junger Unternehmer und Führungskräfte.

Wir sind die junge Wirtschaft.



Wirtschaft,
die mehr schafft.



Ausbildungs-Ass

Wir zeichnen Deutschlands beste Ausbilder aus. Mit dem Ausbildungs-Ass ehren wir jedes Jahr Betriebe und Initiativen, die sich besonders engagiert und nachhaltig um ihre Auszubildenden kümmern. Unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz vergeben wir den Preis gemeinsam mit den Handwerksjunioren, der INTER Versicherungsgruppe und dem „handwerk magazin“.

Der Preis ist mit 15.000 Euro dotiert.

Das Ausbildungs-Ass wird in drei Kategorien vergeben:

- Industrie
- Handel oder Dienstleistungen
- Handwerk und Ausbildungsinitiativen
(dazu zählen auch Innungen und Berufsschulen)



w³

Wir suchen Deutschlands schlauesten Schüler. Dafür gehen wir mit unserem Wirtschaftsquiz „Wirtschaftswissen im Wettbewerb“ (w³) einmal im Jahr an die Schulen und testen das Wissen der Neuntklässler. Rund 25.000 Schüler beantworten die Fragen aus den Bereichen Wirtschaft, Internationales, Finanzen und Digitalisierung.

Die erste Runde des Wettbewerbs findet auf Kreisebene statt. Alle Kreissieger treffen beim Bundesfinale zusammen und kämpfen um den Gesamtsieg.

Teilnehmen können grundsätzlich Schülerinnen und Schüler der neunten Jahrgangsstufe aller allgemeinbildenden Schulen.

Alle Kreise der Wirtschaftsjuvenen können bei WWW mitmachen und an die Schulen vor Ort gehen.



KHT

Eine Woche lang begleiten 100 junge Führungskräfte aus der Wirtschaft 100 Abgeordnete des Bundestages – so entsteht ein direkter Dialog zwischen Politik und der neuen Generation im deutschen Mittelstand. Viele Mitglieder der Wirtschaftsjuvenen stehen an der Spitze von Unternehmen, die in ihrer Region bereits echte Wirtschaftsmotoren sind. Darunter auch Weltmarktführer ihrer Branche.

Mit dem Projekt helfen wir Parlamentarier:innen und jungen Unternehmer:innen dabei, die Positionen und Hintergründe zu verstehen. Zusätzlich erfahren die Abgeordneten mehr über die unternehmerische Realität und die Bedürfnisse der jungen Wirtschaft. Dieses Wissen aus erster Hand kann dann dabei helfen, die politische Entscheidungsfindung praxisnah und zukunftsgerichtet zu gestalten.

Business Foren

In den Foren kommen junge Unternehmer und Unternehmerinnen in Workshops, Webinaren oder Vorträgen zusammen, tauschen sich in verschiedenen Foren aus und geben ihre Erfahrungen weiter.

Viele junge Unternehmer und Unternehmerinnen haben ähnliche Fragen – wir bringen sie zusammen und unterstützen den Erfahrungsaustausch mit den Business Foren. Das Angebot richtet sich an die Mitglieder der Wirtschaftsjuvenen Deutschland.

Die vier Fachforen:

Fachkräfte

Der Fachkräftemangel ist für viele Unternehmer das größte Geschäftshindernis. Im Forum Fachkräfte tauschen wir uns dazu aus, wie Unternehmen Fachkräfte gewinnen und halten können.

Trade & International Markets

Du willst international mit Deinem Unternehmen durchstarten? Dann profitiere von den Erfahrungen von anderen international agierenden Jungunternehmern.

Digital Leaders

Welche Chancen und Risiken birgt die digitale Transformation? Darüber diskutieren wir im Forum Digital Leaders.

Nachfolge

Viele Unternehmen suchen dringend Nachfolger. Im Forum Nachfolge wollen wir die verschiedenen Aspekte der internen und externen Unternehmensnachfolge beleuchten.



AKTIVSTER
KREIS

Aktivster Kreis

Einmal jährlich vergibt der Bund diesen Preis an die engagiertesten Kreise der Wirtschaftsjuvenen. Die Auszeichnungen werden in den folgenden Kategorien vergeben:

- Kategorie 1: bis 25 Mitglieder
- Kategorie 2: 26 bis 50 Mitglieder
- Kategorie 3: 51 und mehr Mitglieder

Die ersten Preise sind mit jeweils 500 Euro dotiert, die zweiten mit jeweils 300 Euro. Gestiftet wird der Preis von der Vereinigung der JCI Senatoren Deutschlands. Kreise, die sich in der Projektarbeit engagieren und aktiv z. B. an Versammlungen und Academies teilnehmen, haben eine gute Chance, einen Preis zu gewinnen.

Alle Kreise der Wirtschaftsjuvenen nehmen automatisch am Wettbewerb teil. Die einzelnen Kreise müssen keine Daten an die Bundesgeschäftsstelle übermitteln.



BUNDES
PREISE

Bundespreise

Der Bundespreis zeichnet die besten Projekte einzelner WJ-Kreise aus, seit 2012 in einer eigenen Kategorie ebenfalls das Engagement von Landesverbänden. Das Preisgeld liegt in Höhe von 500 Euro je Kategorie. Als zusätzliche Auszeichnung können die Preisträger ein spezielles WJ-Logo verwenden. Die Bundespreise werden in einem feierlichen Rahmen, der Awards Ceremony, auf der Bundeskonferenz des jeweiligen Jahres verliehen. Der Preis dient gleichzeitig als Vorstufe für den Europa- und Weltpreis.

Ob auf lokaler, nationaler oder internationaler Ebene, außergewöhnliches Engagement verdient öffentliche Ehrung. Daher sollen unsere Preise auch mehr als nur ein obligatorisches „Dankeschön“ bedeuten. Sie sollen den Bekanntheitsgrad erfolgreicher Projekte über den eigenen Kreis hinaus erhöhen, denn der Gewinn eines Preises bringt Ansehen für den Kreis und für jedes einzelne beteiligte Mitglied. Der mögliche Erfolg und der damit verbundene Prestige-Gewinn für einen Kreis belohnen alle Mitglieder und sind im Vergleich zum Aufwand ein großer Nutzen.

Personas möglichst mittig und unbeschnitten positionieren. Bilder ebenso nach Möglichkeit immer in Farbe.



Beispiele:



Paul, 32

Gründer einer wachsenden Softwareagentur in Freiberg, weltoffen, junger Vater, Machertyp, Netzwerker, möchte ehrenamtlich Projekte auf die Beine stellen, sich politisch engagieren, um Probleme zu lösen, in mehreren Vereinen lokal aktiv

Claudia, 36

Nachfolgerin im Familienunternehmen in Ostwestfalen mit 200 Mitarbeitern, traditionsverbunden mit hoher regionaler Identifikation, kommunalpolitisch engagiert, eher konservativ, erfolgreich, beruflich ambitioniert, Golferin, möchte sich mit anderen Unternehmern und Nachfolgern zu Herausforderungen im Business austauschen und netzwerken

Stefan, 26

ledig, Führungsposition im Marketing in Konzern, München, neu in der Stadt, möchte neue Leute kennenlernen und eine gute Zeit mit Leuten verbringen, die wie er ticken, sich außerhalb des Jobs beweisen



Wort-Bildmarke



Bildmarke

Um das Corporate-Design der WirtschaftsJunioren Deutschland e.V. Verbandsübergreifend nutzbar zu machen wird der Logo Creator angeboten. Das Logo wird als Vektordatei (SVG) generiert.

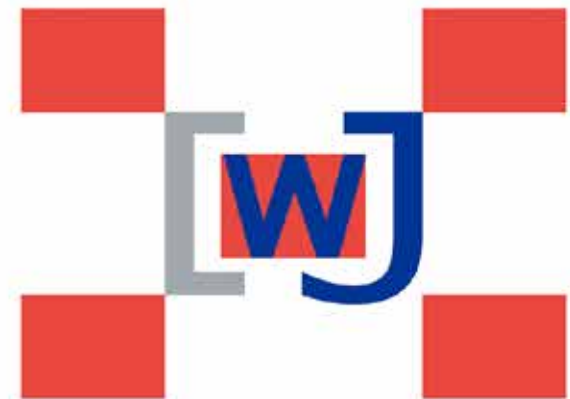
—————> Logo-Creator:

www.gitlab.com/wjd-frontend/wjd-logo/-/blob/master/README.md

Um das Logo zu generieren kann einfach die URL kopiert und entsprechend angepasst werden. Der Kreisname wird entsprechend gerendert.



Der Schutzraum der Wortbildmarke definiert den Mindestabstand von anderen Gestaltungselementen (wie z.B. Überschriften oder andere Logos) und basiert auf der Grundfläche des „Ws“ in der Bildmarke (im Schaubild rot markiert).



Gilt zu vermeiden:

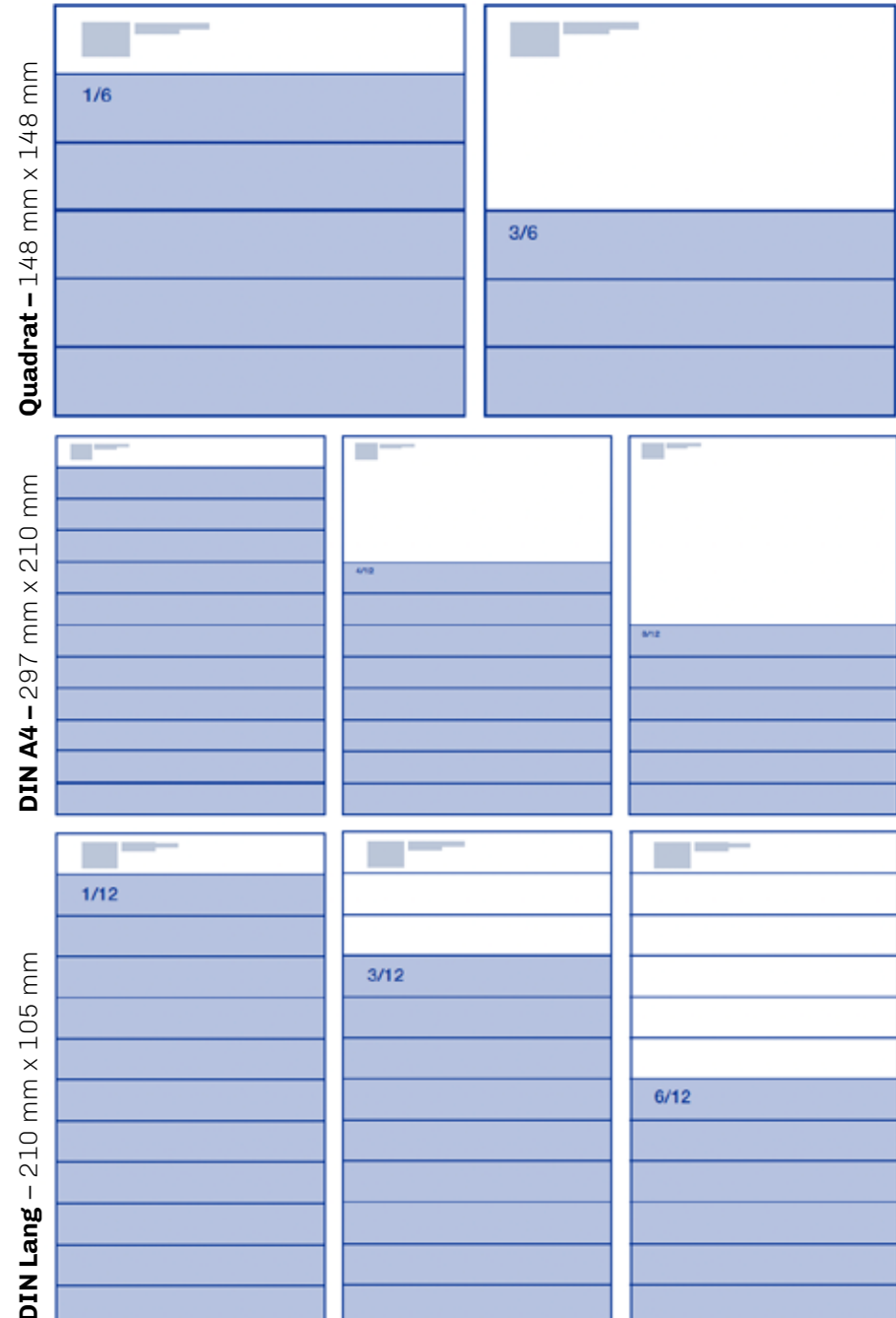
- 1 alte Logonutzung/falscher Abstand (Abstand W zur rechten Klammer)
- 2 Falsche Schriftart für Land/Kreis
- 3 Falsche Farben
- 4 Logo auf (unruhigem) Hintergrund, falsche Positionierung des Logos
- 5 Falsche Positionierung des Schriftzugs im Logo (muss oben bündig sein)



Sämtliche Medien bauen auf dem rechts aufgeführten Gestaltungsraster auf.

Dazu zählen z.B:

- Deckblätter
- Cover
- Plakate
- (Online-) Grafiken





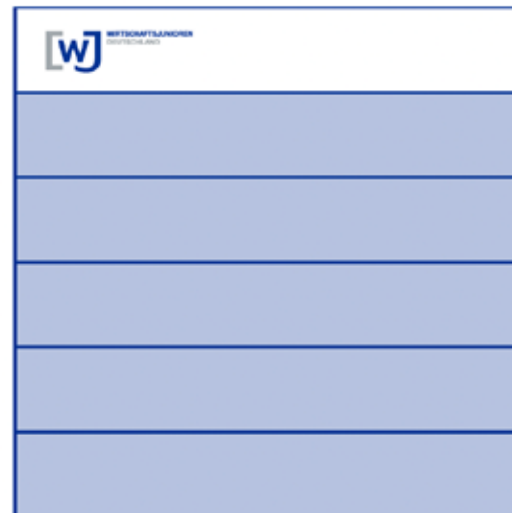
1/12

1/3

1/2



1/6



1/2



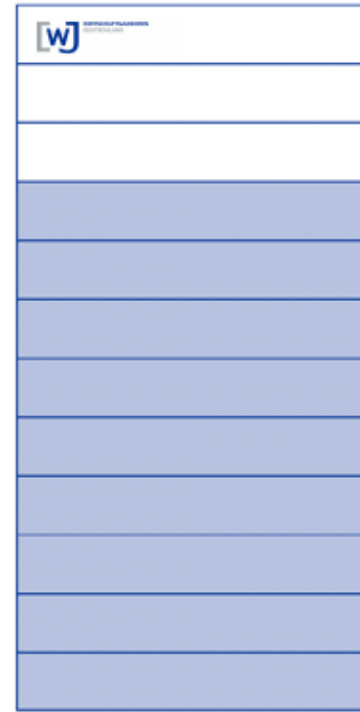
Quadrat – 148 mm x 148 mm



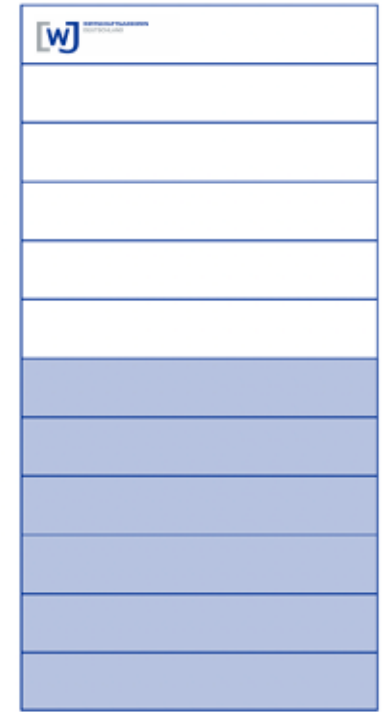
1/12



1/3



1/2



geeignet für die Verwendung von Projektlogos

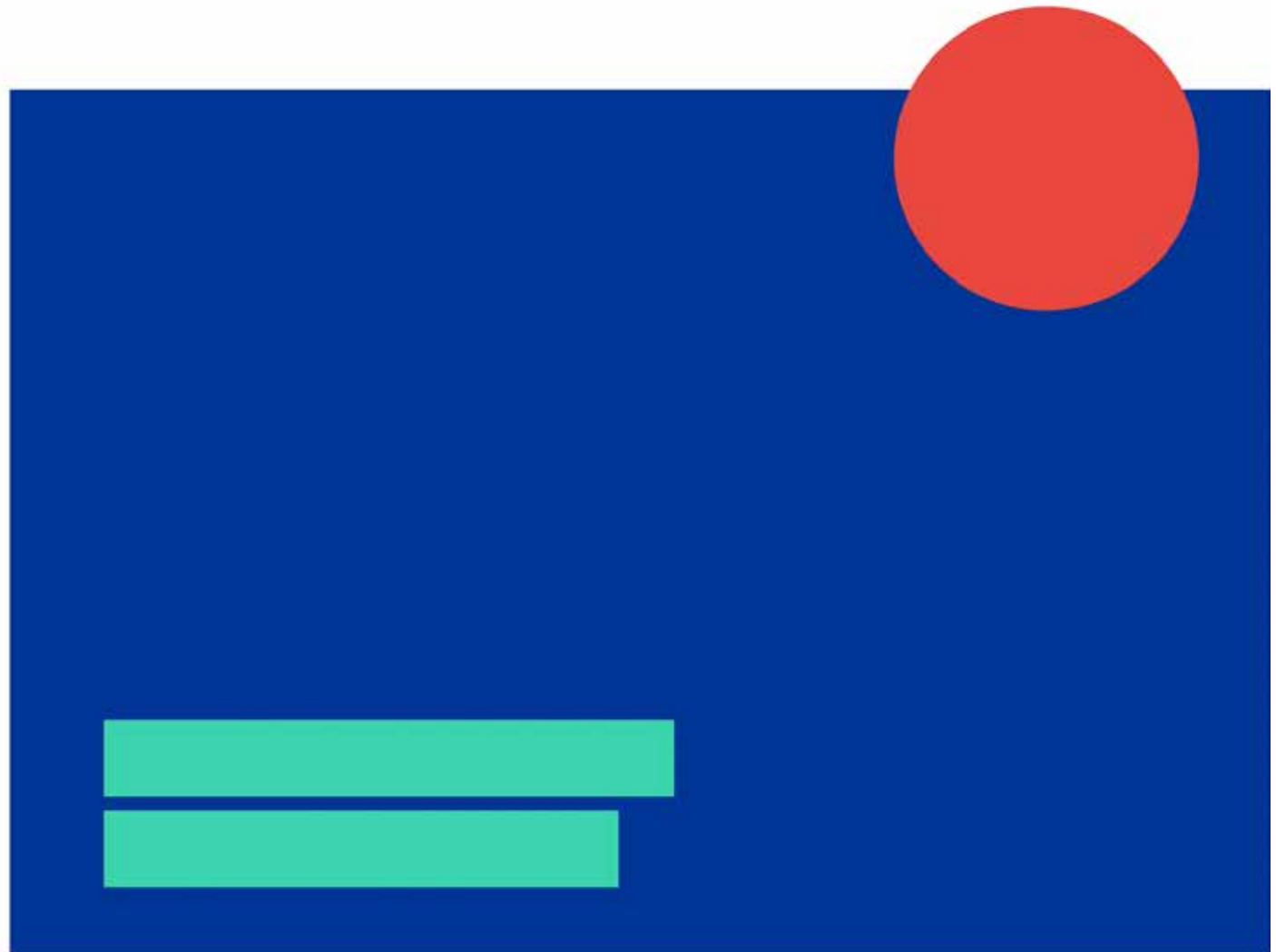
DIN Lang – 210 mm x 105 mm



Wiederkehrende
Gestaltungselemente:

- flächiger blauer Hintergrund
- türkise Balken
- roter Kreis

Die Balken und der Kreis dienen zur
Hervorhebung wichtiger Elemente.



Wiederkehrende Gestaltungselemente:

- flächiger blauer Hintergrund
- türkise Balken
- roter Kreis

Die Balken und der Kreis dienen zur Hervorhebung wichtiger Elemente.

Balken als Überschrift oder zur Hervorhebung von Elementen wie z.B.

- Titelthema
- Betreff
- Name von Veranstaltung
- etc.

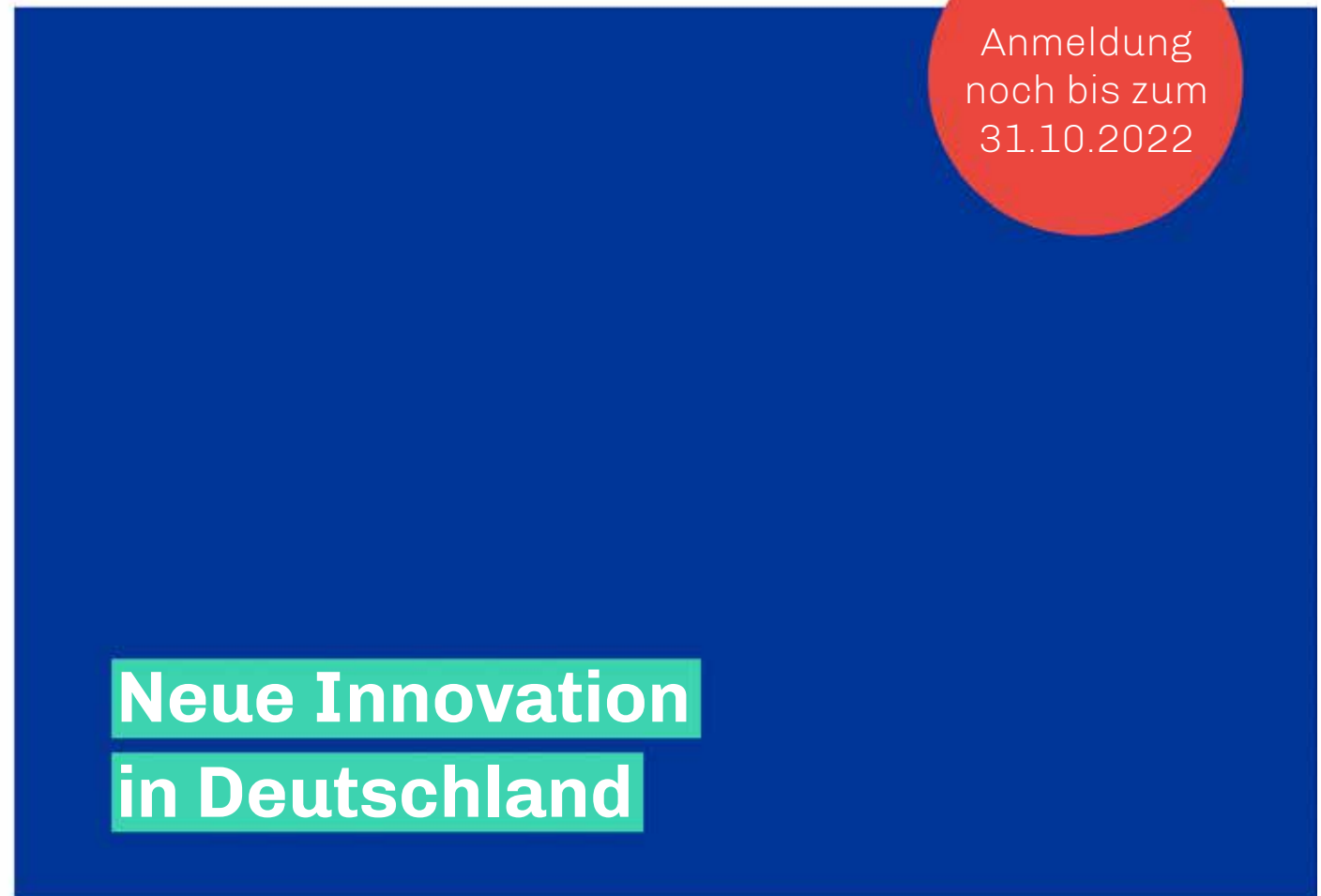
Schriftfarbe ist PANTONE 661C.

Kreis zur Hervorhebung kurzer Informationen, wie z.B.

- Kontaktinformation
- Datum für Anmeldung
- Zeit & Ort von Veranstaltung
- etc.

Diese werden hierfür mittig gesetzt und positioniert.

Schriftfarbe ist weiß.



Die Breite des „senkrechten Striches“ (|) aus der Chivo Regular definiert den Abstand.

– der Schrift innerhalb der Markierung/Farbbalken

– von Zeile zu Zeile
(Farbbalken zu Farbbalken)

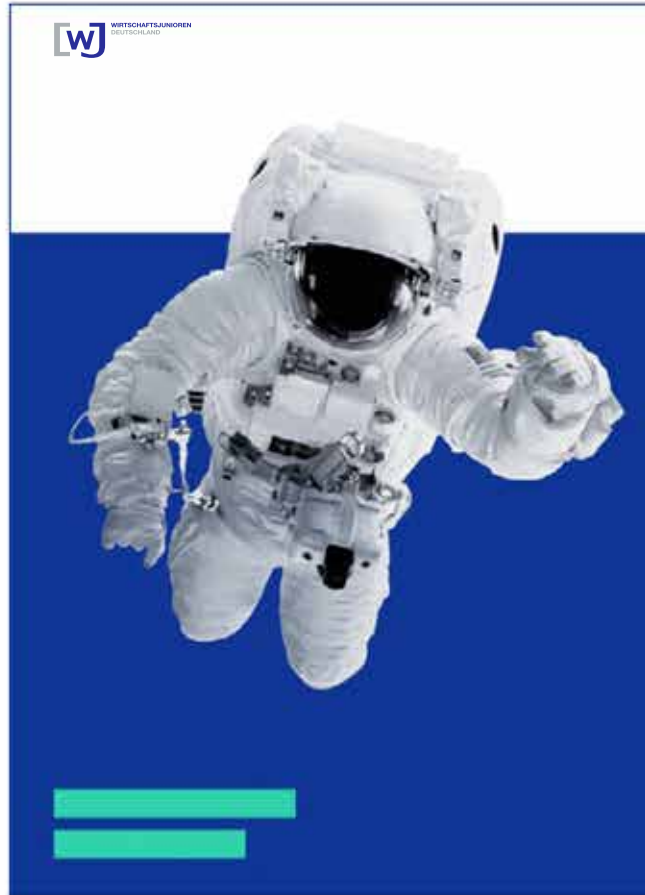
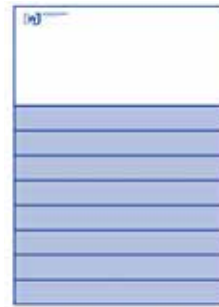
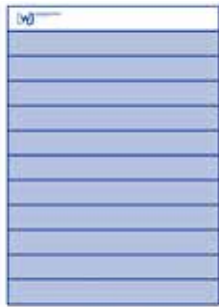
Wichtig: Der „senkrechte Strich“ muss als Referenzobjekt die selbe Schriftgröße wie die zu konstruierende Überschrift haben. In diesem Beispiel 110 pt.

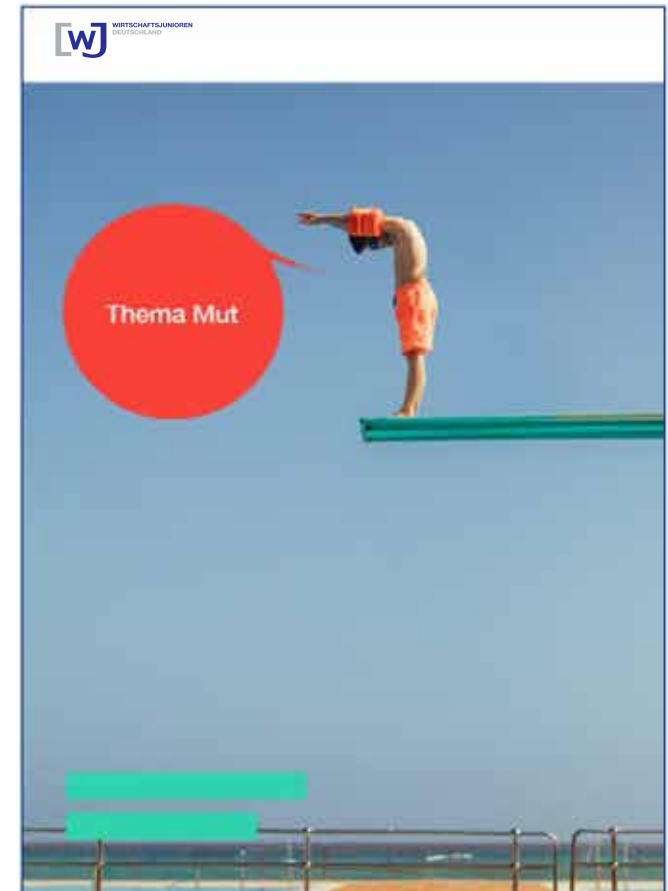


Tastenkombination
„senkrechter Strich“ |

PC / Windows
Alt Gr + < oder Alt + 0124

Mac
alt + 7





Print:

- Briefbogen
- Positionspapier
- Zeugnis

[W] Wirtschaftsjunioren Deutschland e.V. +49 (30) 20308 1515 info@wjkd.de www.wjkd.de Bundesgeschäftsstelle Breite Straße 29 10178 Berlin

Wirtschaftsjunioren Deutschland e.V. Breite Straße 29 10178 Berlin

Ministerpräsident des Landes Nordrhein-Westfalen
Herrn Armin Laschet
Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen
Horionplatz 1
40213 Düsseldorf

Berlin, 19. Juni 2019

Einladung zur Bundeskonferenz der Wirtschaftsjunioren am 21.9.19 in Wuppertal

Sehr geehrter Herr Ministerpräsident,

als Bonner Unternehmer und Bundesvorsitzender der Wirtschaftsjunioren ist es mir eine besondere Freude, Sie als Ehrengast zur kommenden Bundeskonferenz der Wirtschaftsjunioren einzuladen, die vom 19. bis 21. September 2019 im Bergischen Land stattfindet.

Die Wirtschaftsjunioren sind rund **10.000 Unternehmer und Führungskräfte** unter 40 Jahren. Wir sind global vernetzt, und als größtes Netzwerk junger Wirtschaft in Deutschland mit 215 Mitgliedsreisen vor Ort präsent. Wer bei uns mitmacht, engagiert sich im Beruf – will aber auch darüber hinaus etwas bewegen. Ehrenamtlich setzen wir uns für eine starke Wirtschaft, innovatives Unternehmertum, gute Bildung und mehr Zusammenhalt in unserer Gesellschaft ein.

Die diesjährige Bundeskonferenz der Wirtschaftsjunioren findet unter dem Motto „Be Bergisch“ im Städtedreieck Wuppertal, Solingen und Remscheid statt. Es wäre uns eine ganz besondere Ehre, Sie als Eröffnungsgast unserer Bundesdelegiertenversammlung am 21.9. um 10.00 Uhr zu gewinnen, die in die Konferenz eingebunden ist. Im Falle einer Terminkollision schlagen wir Ihnen gerne alternative Programmpunkte vor.

Rahmendaten
Datum: Samstag, 21.9.19 um 10.00 Uhr
Ort: Bergische Universität Wuppertal, Gaußstraße 20, 42119 Wuppertal (Gebäude K, Großer Hörsaal)

Nachdem Sie Ihre Teilnahme an der Bundeskonferenz 2017 in Köln leider kurzfristig absagen mussten, würde es uns umso mehr freuen, Sie in diesem Jahr als Ehrengast begrüßen zu dürfen. Wir erwarten rund 1.000 junge Unternehmer und Führungskräfte aus dem ganzen Bundesgebiet sowie ausgewählte internationale Gäste, denen wir Nordrhein-Westfalen in einem vielfältigen Konferenzprogramm als attraktiven Wirtschaftsstandort und lebenswerte Region präsentieren wollen.

Bei Rückfragen steht Ihnen Sandra Koch aus der Bundesgeschäftsstelle (sandra.koch@wjkd.de) gerne zur Verfügung. Weitere Informationen zur Konferenz finden Sie unter <https://www.bergischebuk.de/premium/>.

Bankverbindung
Deutsche Bank Berlin
DESS 100700000239704000
DEUTDE33XXX
UST-ID DEZZ7110647

[W] WIRTSCHAFTSJUNIOREN DEUTSCHLAND

**Junge
Wirtschaft**

Print:

- Briefbogen
- **Positionspapier**
- Zeugnis



Print:

- Briefbogen
- Positionspapier
- **Zeugnis**



Diese zusätzlichen Gestaltungselemente können schmückend bzw. ergänzend eingesetzt werden.

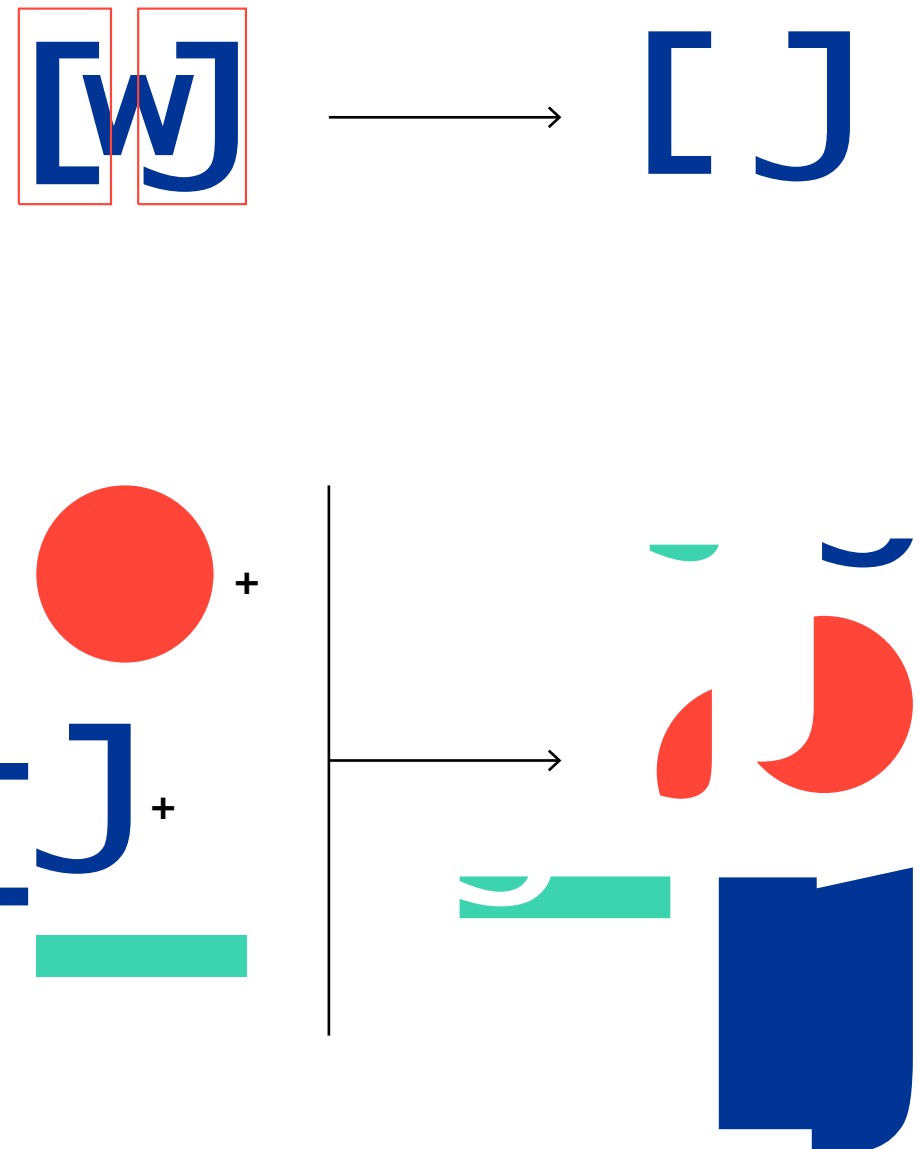
Gemeinsam mit den bereits bestehenden Elementen wie den Kreis oder dem Balken können sie kombiniert und grafisch in Szene gesetzt werden. Dabei sind immer nur 2-3 Elemente zu kombinieren.

Eingesetzt dürfen sie nur in den definierten Corporate-Farben (außer Schwarz) sowie in den vorgegebenen Formen. Die Farbhierarchien sind zu beachten. (Siehe Primär- und Sekundärfarben WJD).

Das WJD-Logo (oben links positioniert) wird immer nur in weiß auf blauem Hintergrund genutzt.

Anwendungsmöglichkeiten:

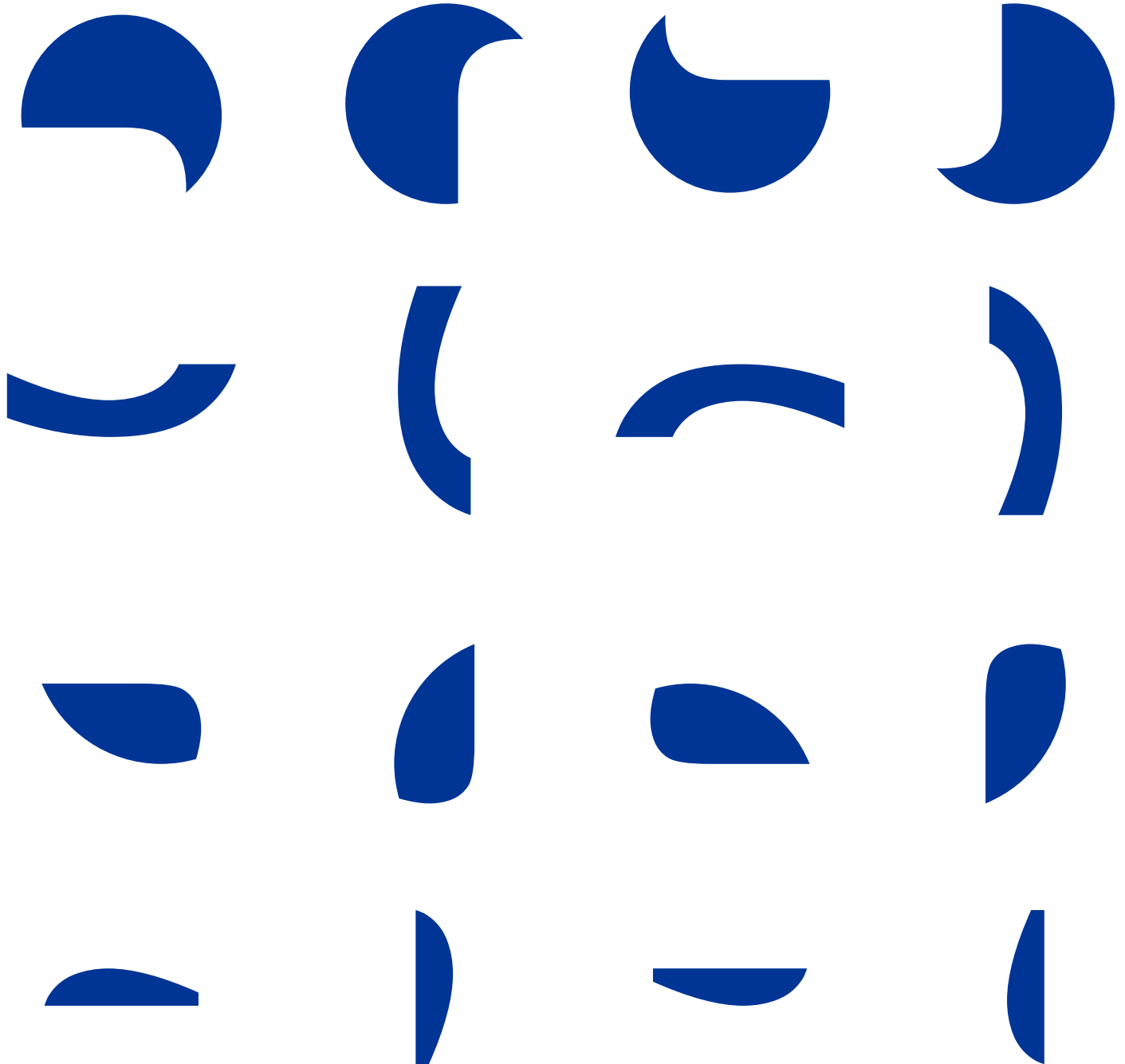
- Social-Media-Header
- Social-Media-Postings
- Plakate
- Rollups
- Cover
- Hintergrundbanner
- Messestand
- usw.



Formatierungsmöglichkeiten:

– **Drehung:**
nur in 90° Winkel-Schritten

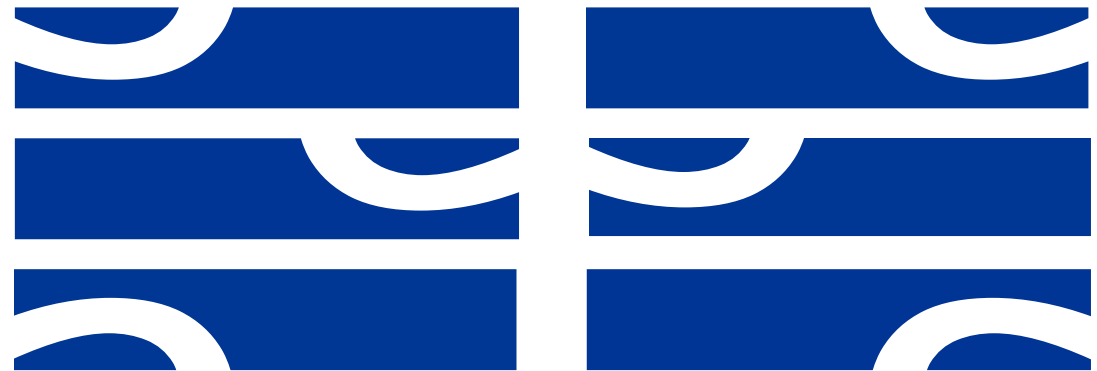
- Überlagerung
- Skalierung
- Spiegelung
- Anschnitt



Ausnahmen:

Rechteckige Form

- wird nur horizontal und vertikal gespiegelt/gedreht, nicht um 90° drehen
- wird großflächig eingesetzt
- auf dem Medium nur einmal angewandt



Rahmen

- darf NUR skaliert werden
- für Präsentation u.ä. darf die linke obere Kante hochgezogen werden um dort z.B. das Logo oder wichtige Info zu positionieren → **BSP**
- unterste Kante liegt bündig auf der Formatkante
- fungiert groß als „Rahmen“
- darf nur in den WJD-Farben Blau, Grün, Grau und in Weiß genutzt werden



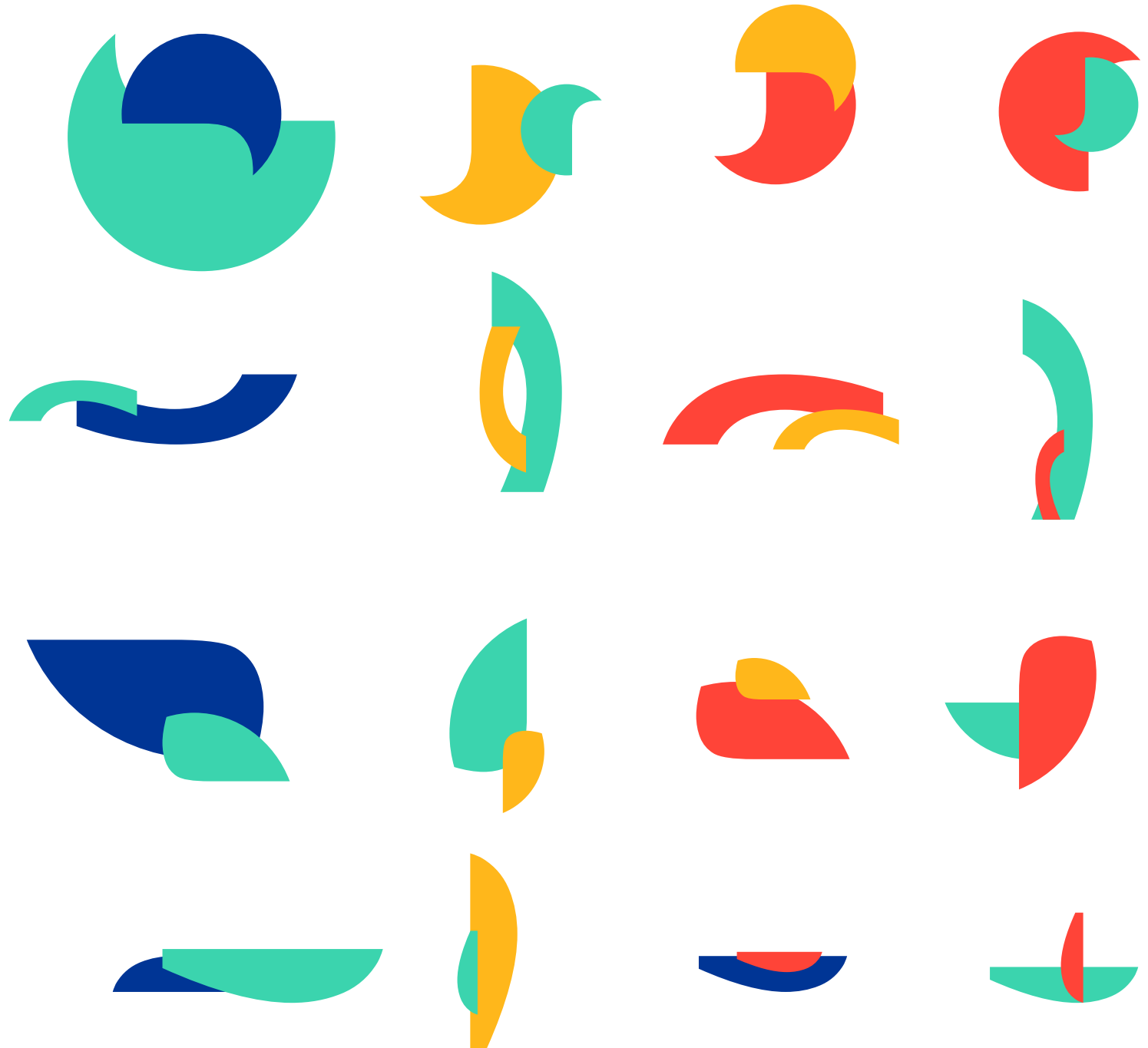
Formatierungsmöglichkeiten:

- Drehung: nur in 90° Winkel-Schritten
- **Überlagerung: Immer in einer anderen Farbe**
- Skalierung
- Spiegelung
- Anschnitt



Formatierungsmöglichkeiten:

- Drehung:
nur in 90° Winkel-Schritten
- Überlagerung: Immer in
einer anderen Farbe
- **Skalierung**
- Spiegelung
- Anschnitt



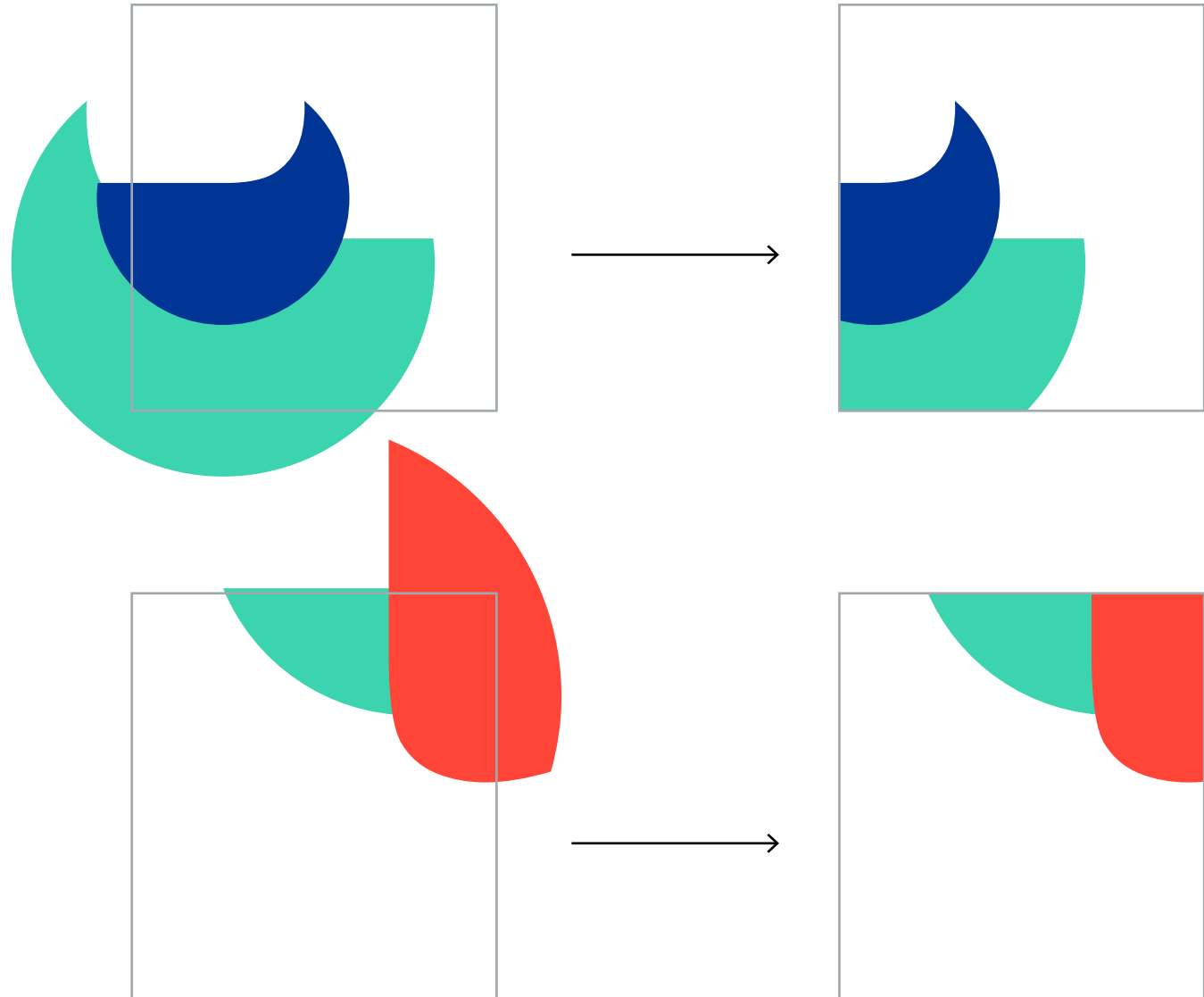
Formatierungsmöglichkeiten:

- Drehung:
nur in 90° Winkel-Schritten
- Überlagerung: Immer in
einer anderen Farbe
- Skalierung
- **Spiegelung**
- Anschnitt



Formatierungsmöglichkeiten:

- Drehung:
nur in 90° Winkel-Schritten
- Überlagerung: Immer in
einer anderen Farbe
- Skalierung
- Spiegelung
- **Anschnitt**



[W] WIRTSCHAFTSJUNIOREN
DEUTSCHLAND

Junge Wirtschaft

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Luptatum ipsam nullorecum nos evel ini blaut endende mquassi conecto tatemollest, volorit liqui veribus, qui am erferrum est ulloritius entur molorem recae.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Luptatum ipsam nullorecum nos evel ini blaut endende mquassi conecto tatemollest, volorit liqui veribus, qui am erferrum est ulloritius entur molorem recae.

[W] WIRTSCHAFTSJUNIOREN
DEUTSCHLAND

Junge Wirtschaft

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Luptatum ipsam nullorecum nos evel ini blaut endende mquassi conecto tatemollest, volorit liqui veribus, qui am erferrum est ulloritius entur molorem recae.

Anwendungsbeispiele – schmückende Elemente

Beispiel Plakate
grafisch und mit Bildern



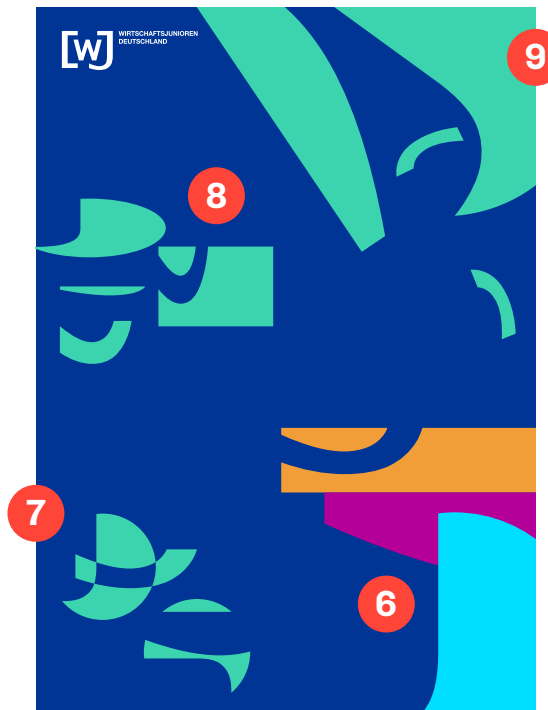
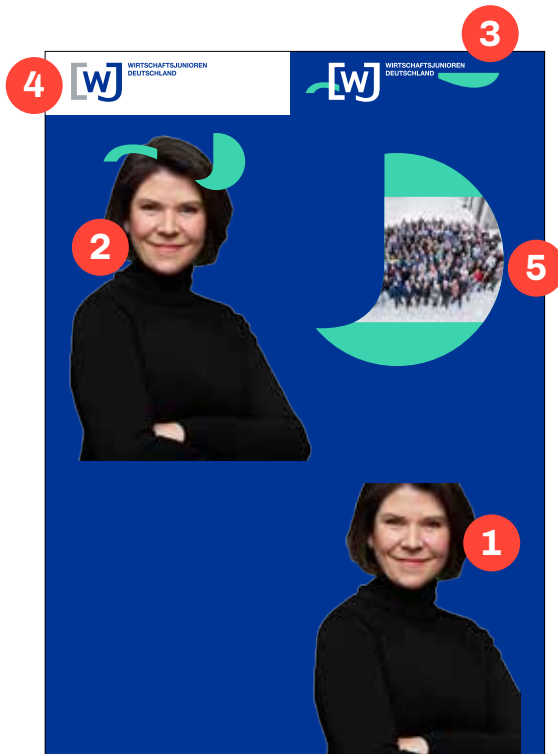
Beispiel Banner
hier Facebook
grafisch und mit Bild



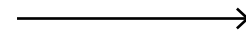
- 1 Köpfe anschneiden
- 2 grafische Elemente auf Köpfen
- 3 Elemente um/auf das Logo
- 4 Logo „farbig“ in Kombination mit den Elementen nutzen
- 5 Flächen nicht komplett füllen

- 6 andere Farben nutzen
- 7 andere Formen definieren
- 8 die Formen verzerren
- 9 die Formen außerhalb der 90°-Norm-Definition drehen

- 10 Bei Nutzung des zusätzlichen grafischen Rahmens die weiteren Elemente in dem Bereich nutzen.



Grundschrift für alle Fließtexte in Briefbögen, Positionspapieren und ähnlichem ist die „Bitter“. Diese wird im Schriftschnitt Regular verwendet.



<https://fonts.google.com/specimen/Bitter>

Fließtext
9 pt / 12,5 pt

Bitter Regular

Two large, bold, black letters are displayed side-by-side. On the left is a capital letter 'A', and on the right is a lowercase letter 'a'. Both letters are rendered in a very thick, heavy font style, characteristic of the Bitter Regular typeface.

Für die jeweiligen Auszeichnungen bietet die Bitter ein Sortiment an Schriftschnitten. Die Schriftschnitte werden unterschiedlichen Anwendungen zugeordnet.

Für Hervorhebungen in Fließtexten wird der Schriftschnitt Bold favorisiert.

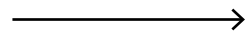
Bitter Regular
Fließtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Bitter Bold
Hervorhebungen
im Fließtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Für Überschriften wird die Schrift „Chivo“ im Schriftschnitt Regular verwendet.



<https://fonts.google.com/betterspecimen/Chivo?query=chivo>

Chivo Regular

A

a

Damit ersetzt die Schrift **Chivo**, die bisherige **Helvetica**. Für Hervorhebungen wird der Schriftschnitt Bold verwendet.

Chivo Light
Fließtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Chivo Bold
Hervorhebungen
im Fließtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Vergleich alte Schrift „Helvetica“
und neue Schrift „Chivo“

Dies ist eine Helvetica-Überschrift

Hallo! Ich bin ein Blindtext, gesetzt in der Helvetica. Fictent pa nulluptassum quaturiore sanduci nonsernatem volupta quiatibus doloressit officius mil in con reperest, te eossum aborias con reicient di adiam rero totat ad enime aperiaterm volutem as que sed quas explabo rporepror ati dolut lauda inctatu ritatem nullestiis et laccation nobitatquat.

Dies ist eine Chivo-Überschrift

Hallo! Ich bin ein Blindtext, gesetzt in der Chivo. Fictent pa nulluptassum quaturiore sanduci nonsernatem volupta quiatibus doloressit officius mil in con reperest, te eossum aborias con reicient di adiam rero totat ad enime aperiaterm volutem as que sed quas explabo rporepror ati dolut lauda inctatu ritatem nullestiis et laccation nobitatquat.

Vergleich: links in Helvetica & rechts in Chivo (aus Junge Wirtschaft 2/22)

Im Verband

Mehr Umsatz, mehr Führungskräfte, aber noch zu wenig Frauen

Wer engagiert sich eigentlich bei den Wirtschaftsuniönen, wie entwickelt sich der Verband und was bewegt junge Führungskräfte? Wir haben im November 2021 rund 1500 Mitglieder befragt.

Immer mehr Mitglieder der Wirtschaftsuniönen stehen an der Spitze ihres Unternehmens: 2021 waren mehr als ein Viertel der Mitglieder in der oberen Führungsebene tätig, signifikant mehr als noch zwei Jahre zuvor (s. Grafik rechts). Mehrere hundert Wirtschaftsuniönen führen die Geschicke deutscher Hidden Champions. Gemeinsam verantworten die WJ-Mitglieder inzwischen 1,2 Mio. Arbeitsplätze und fast 300 Mrd. Umsatz in ganz Deutschland.

Welche Funktion hast Du in deinem Unternehmen?

Funktion	2021	2019
Mitarbeiter:in ohne dauerhafte Führungsaufgabe	8,3%	8,0%
Mitglied der mittleren oder unteren Führungsebene ohne Personalverantwortung	16,7%	22,0%
Mitglied der oberen Führungsebene (inkl. Geschäftsführer:in & in Ausübungsverhältnis)	26,3%	18,0%
Selbständiger Unternehmer:in	36,7%	36,0%
Einzelunternehmer:in freiberuflich tätig	9,7%	16,0%
Die Frage möchte ich nicht beantworten	2,3%	1,0%

Die Mitglieder der Wirtschaftsuniönen...

50%

... haben bereits ein Unternehmen gegründet.

27

... waren im Durchschnitt als Gründer:innen 27 Jahre alt.

26

... über ein Drittel gründeten erstmals unter 26 Jahren.

290.000.000.000€

Umsatz erwirtschaften die Unternehmer:innen der WJ jedes Jahr gemeinsam (letzte Erhebung 2004: 120 Milliarden).

Junge Wirtschaft

Im Verband

Mehr Umsatz, mehr Führungskräfte, aber noch zu wenig Frauen

Wer engagiert sich eigentlich bei den Wirtschaftsuniönen, wie entwickelt sich der Verband und was bewegt junge Führungskräfte? Wir haben im November 2021 rund 1500 Mitglieder befragt.

Immer mehr Mitglieder der Wirtschaftsuniönen stehen an der Spitze ihres Unternehmens: 2021 waren mehr als ein Viertel der Mitglieder in der oberen Führungsebene tätig, signifikant mehr als noch zwei Jahre zuvor (s. Grafik rechts). Mehrere hundert Wirtschaftsuniönen führen die Geschicke deutscher Hidden Champions. Gemeinsam verantworten die WJ-Mitglieder inzwischen 1,2 Mio. Arbeitsplätze und fast 300 Mrd. Umsatz in ganz Deutschland.

Welche Funktion hast Du in deinem Unternehmen?

Funktion	2021	2019
Mitarbeiter:in ohne dauerhafte Führungsaufgabe	8,3%	8,0%
Mitglied der mittleren oder unteren Führungsebene ohne Personalverantwortung	16,7%	22,0%
Mitglied der oberen Führungsebene (inkl. Geschäftsführer:in & in Ausübungsverhältnis)	26,3%	18,0%
Selbständiger Unternehmer:in	36,7%	36,0%
Einzelunternehmer:in freiberuflich tätig	9,7%	16,0%
Die Frage möchte ich nicht beantworten	2,3%	1,0%

Die Mitglieder der Wirtschaftsuniönen...

50%

... haben bereits ein Unternehmen gegründet.

27

... waren im Durchschnitt als Gründer:innen 27 Jahre alt.

26

... über ein Drittel gründeten erstmals unter 26 Jahren.

290.000.000.000€

Umsatz erwirtschaften die Unternehmer:innen der WJ jedes Jahr gemeinsam (letzte Erhebung 2004: 120 Milliarden).

Junge Wirtschaft

Damit ersetzt die Schrift **Chivo**, die bisherige **Helvetica**. Für Hervorhebungen wird der Schriftschnitt Bold verwendet.

Dies ist eine

Headline

Chivo Bold
75pt / 91pt

Dies ist eine Subline

Chivo Bold
45pt / 59pt

Farben

PANTONE 3385 C

42

PANTONE 661 C

PANTONE WARM RED C

PANTONE 1235 C

Black

PANTONE 429 C

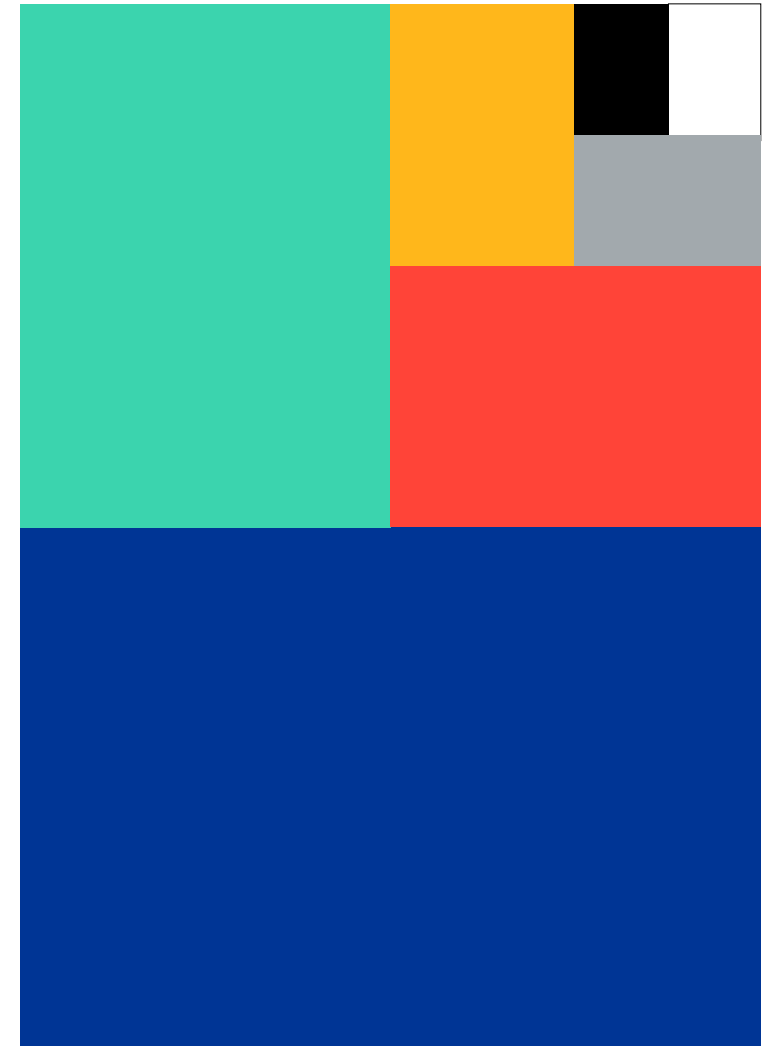
White

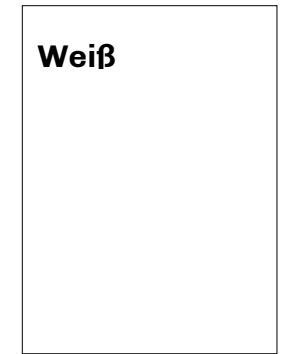
Die Primärfarben des Erscheinungsbildes sind Blau und Türkis.

Blau kommt in flächiger Gestaltung zum Einsatz und als Schriftfarbe für Hervorhebungen. Türkis findet vor allem in den Balkenelementen Verwendung.

Sekundärfarben sind Rot, Gelb und Grau.

Rot findet Verwendung als kreisförmiger Störer (siehe Gestaltungselemente) sowie in Grafiken. Gelb dient als unterstützende Farbe bei Grafiken. Grau wird nur sehr reduziert eingesetzt – u.a. in Teilen des Logos.





C = 100
M = 81
Y = 0
K = 13

C = 55
M = 0
Y = 45
K = 0

C = 0
M = 83
Y = 81
K = 0

C = 0
M = 25
Y = 94
K = 0

C = 35
M = 23
Y = 19
K = 2

C = 0
M = 0
Y = 0
K = 100

C = 0
M = 0
Y = 0
K = 0

R = 0
G = 53
B = 148

R = 71
G = 215
B = 172

R = 249
G = 66
B = 58

R = 255
G = 184
B = 28

R = 162
G = 170
B = 173

R = 0
G = 0
B = 0

R = 255
G = 255
B = 255

003594

47D7AC

F9423A

FFB81C

A2AAAD

000000

FFFFFFFF

ACHTUNG Bitte darauf achten, die Bilder im Online-Bereich nur mit den RGB- oder HEX-Farbcodes zu arbeiten. Die CMYK-Werte beziehen sich auf alle Drucksachen.

Wirtschaftsjunioren Deutschland ist unsere Dachmarke. Innerhalb von JCI treten die Wirtschaftsjunioren als JCI Germany auf. Um die Zugehörigkeit zu unserem Weltverband JCI zu zeigen, erscheint in den meisten Kommunikationsmitteln der Wirtschaftsjunioren Deutschland auch das JCI Germany-Logo auf der Rückseite.

Markenauftritt	In Deutschland	International	
		innerhalb von JCI	außerhalb von JCI (z.B. G20)
Name	Wirtschaftsjunioren Deutschland	JCI Germany	Wirtschaftsjunioren Deutschland
Corporate Design	Wirtschaftsjunioren Deutschland	JCI	Wirtschaftsjunioren Deutschland

Absender: Landes bzw. Kreisverband		WJD Logo	JCI Germany-Logo	Landes- bzw. Kreissignet
Geschäftsausstattung				
Briefbogen		links oben	–	rechte Spalte
Pressemitteilung		links oben	–	rechte Spalte
Visitenkarte	WJD (dt.)	links oben	–	
	JCI Germany (engl.)	–	links oben	
Publikationen				
DIN A4 Broschüre		links oben	Rückseite links oben	rückseitig
DIN A5 Broschüre		links oben	Rückseite links oben	rückseitig
DIN Lang Folder		links oben	Rückseite links oben	rückseitig
Power Point		links oben	letzte Seite links oben	–
Ausstellungselemente		links oben	–	–



